

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Aspek terpenting ketika menjalankan suatu program terletak pada bagaimana sebuah kemitraan dapat dilakukan dan berkelanjutan. Dalam aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT REA Kaltim Plantations melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (PPMD) yang menjadi tolak ukur keberhasilan program ini ialah kemitraan yang berujung pada kondisi kemandirian masyarakat. Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (PPMD) termasuk dalam aktivitas *Socially Responsible Business Practice*, dimana PT REA Kaltim Plantations melaksanakan aktivitas bisnis, dengan memberikan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Sejauh ini aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT REA Kaltim Plantations melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (PPMD) telah mampu menciptakan kesan baik terhadap masyarakat, dan mampu membangun ‘*trust*’ masyarakat kepada PT REA Kaltim Plantations. Sebagai salah satu pencetus program yang inovatif dan kreatif keberadaan Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (PPMD) mampu menciptakan citra positif perusahaan, memperkuat *brand* perusahaan, mengepakan sayap relasi, dan menjadi keunggulan komparatif sebagai tolak ukur dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

IV.2 Saran

Selama menjalani kerja praktik, praktikan tidak hanya semata-mata mengikuti kegiatan melainkan juga mengamati dan mencermati segala aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh PT REA Kaltim Plantations. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan tidak hanya berfokus salah satu atau salah dua program saja, dan pelatihan-pelatihan kepada petani Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (PPMD) sebaiknya dilakukan secara rutin dan berkala.

PT REA Kaltim Plantations harus tetap mempertahankan konsistensi dan relasi dalam menjalankan Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (PPMD) sehingga kualitas komunikasi antara perusahaan dengan stakeholder yang bermitra dengan PT REA Kaltim Plantations akan lebih maksimal. Sebaiknya PT REA Kaltim Plantations menciptakan inovasi program lain, agar penghasilan utama masyarakat desa tidak terpaku pada perkebunan kelapa sawit saja, melainkan juga dapat di eksplor dari sektor lain.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Rachman. (2011). Panduan Lengkap Perencanaan *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Solihin, I. (2015). *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Mardikanto, Totok. (2018) *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Alfabeta.
- Maria R. Nindita. (2014). CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal (Cetakan Pertama). Jakarta:Indonesia Business Link

JURNAL

- Andraina, S. (2014). Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Pada PT Energi Mega Persada Bentu & Korinci Baru Di Pekanbaru). *Journal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 1–11.
- Harahap, B. H. (2019). Penerapan strategi komunikasi dalam program corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu Keislaman Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 54–67.
- Muyasaroh, S. (2016). Community Relations Dalam Konteks Implementasi “Csr”(Corporate Social Responsibility). *ETTISAL Journal of Communication*, 1(1), 75. <https://doi.org/10.21111/ettisal.v1i1.1057>
- Rasyid, A., Saleh, A., Cangara, H., & Priatna, W. B. (2019). *Jurnal 23 - Pemberdayaan Masy.* 31(2), 507–518.
- Syahriani, D., Siwi, Mahmudi. (2018). Hubungan Komunikasi Corporate Social Responsibility Dengan Reputasi Perusahaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 16(1), 54–74. <https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.16.1.54-74>
- Wandina, R. H., Arisanty, D., & Normelani, E. (2016). Implementasi Program CSR (Corporate Social Responsibility) Pt. Adaro Indonesia Bidang Pendidikan di

Kecamatan Tanta Kabupaten Tabalong. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 3(4), 40–57.

INTERNET

<https://www.rea.co.uk/websites/reaholdingsplc/English/1/home.html>