

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### V.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh program CSR *Surabaya Heritage Track* terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk pada penumpang *Surabaya Heritage Track*, peneliti telah mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil identitas responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas berasal dari kota Surabaya dan pernah sekali menaiki bus SHT. Selain itu, mayoritas responden mengetahui program CSR SHT dari orang lain seperti teman mereka. Hampir keseluruhan responden mengaku pernah mengikuti *thematic tour* dan juga merekomendasikan bus SHT pada teman mereka.
2. Program CSR *Surabaya Heritage Track* yang dilaksanakan oleh PT HM Sampoerna Tbk telah dilaksanakan dengan baik. Hal ini dibuktikan melalui tanggapan mayoritas responden yang memberikan penilaian baik atas pelaksanaan program CSR *Surabaya Heritage Track* secara keseluruhan ditinjau dari unsur *sustainability*, *accountability* dan *transparency* pelaksanaan program CSR.
3. *Corporate image* PT HM Sampoerna Tbk adalah positif di mata mayoritas responden. Hal ini dibuktikan melalui tanggapan mayoritas responden yang menilai positif akan

*corporate image* PT HM Sampoerna Tbk secara keseluruhan melalui program CSR *Surabaya Heritage Track*. *Corporate image* di mata responden telah ditinjau dari sisi *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference* dan *position* PT HM Sampoerna Tbk.

4. Terdapat hubungan yang kuat antara program CSR *Surabaya Heritage Track* dilihat dari indikator *sustainability*, *accountability* dan *transparency* dengan *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk dilihat dari indikator *primary impression*, *familiarity*, *perception*, *preference* dan *position*.
5. Hasil dari uji hipotesis menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa program CSR *Surabaya Heritage Track* yang dilakukan PT HM Sampoerna Tbk berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk pada penumpang bus *Surabaya Heritage Track*.
6. Apabila dikaitkan dengan keseluruhan faktor dalam identitas responden, dapat disimpulkan bahwa identitas responden tidak mempengaruhi responden dalam memberikan penilaian yang baik pada program CSR *Surabaya Heritage Tracks* serta penilaian yang positif pada *corporate image* PT HM Sampoerna Tbk.

## V.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan saran kepada PT HM Sampoerna Tbk selaku perusahaan yang melaksanakan program CSR *Surabaya Heritage Track* agar tetap mempertahankan apa yang sudah baik dari pelaksanaan program CSR tersebut baik dari segi fasilitas maupun pelayanan. Selain itu, berdasarkan pengamatan peneliti di lapangan, nampak bahwa mayoritas responden yang merupakan penumpang dari bus *Surabaya Heritage Track*, merasa sudah puas dengan pelaksanaan program CSR tersebut. Namun terdapat hal-hal bersifat teknis yang perlu ditambahkan oleh perusahaan. Misalnya PT HM Sampoerna Tbk dapat menambah program *thematic tour* menjadi sebulan sekali dan menambah jumlah bus SHT, setidaknya menjadi dua bus. Hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang berminat untuk naik bus tersebut, namun kadang kala terhalang oleh kuota *seat* di dalam bus yang terbatas.

Peneliti juga menyarankan PT HM Sampoerna Tbk selaku pelaksana program CSR *Surabaya Heritage Track* untuk dapat meningkatkan intensitas monitoring terhadap perkembangan kunjungan masyarakat ke tempat-tempat cagar budaya dan bersejarah di kota Surabaya setelah adanya program tersebut. Harapannya dengan intensitas yang lebih sering, maka PT HM Sampoerna Tbk dapat mengetahui secara langsung dampak dari pelaksanaan program CSR *Surabaya Heritage Track* tersebut seperti meningkatnya jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke tempat-tempat bersejarah di kota Surabaya, bahkan dapat mengetahui peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar tempat-tempat bersejarah tersebut yang juga memperoleh keuntungan dari adanya program CSR *Surabaya Heritage Track*. Melalui hal-hal tersebut, peneliti

berharap agar program CSR *Surabaya Heritage Track* lebih baik lagi ke depannya, sehingga perusahaan juga bisa mendapatkan keuntungan positif dari pelaksanaan program CSR tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Hadi, Noor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Murakom, Dr. H. Zainal, M.Si. & Muhibudi Wijaya Laksana, S.Sos., M.Si. (2015). *Manajemen Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Prajarto, Nunung. (2012). *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Silalahi, Dr. Ulber, MA. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sernovitz, Andy. (2006). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking*. Chicago: Kaplan Publishing.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi . (2006). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Soermirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. (2007). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Vos, M.F. (1992). *The Corporate Image Concept: A Strategic Approach*. Utrecht: Lemma.
- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yulianita, DR. Neni. (2007). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas (P2U) Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada masyarakat Universitas Islam Bandung (LPPM UNISBA).

**Outline:**

Data Sensus Penduduk 2014, diakses dari: [www.bps.co.id](http://www.bps.co.id)

Diakses tgl. 1 Maret 2016, Pkl. 18.05 WIB.

Data *Surabaya Heritage Tracks*, diakses dari: [www.houseofsampoerna.museum](http://www.houseofsampoerna.museum). Diakses tgl. 3 Februari 2016, Pkl. 18.30 WIB.

Data mengenai indeks nilai rokok, skripsi Rofi Rizky. (2007). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Gudang Garam Tbk (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia Angkatan 2007)*.

Diakses dari: [http://a-research.upi.edu/operator/upload/s\\_15051\\_044123\\_chapter1.pdf](http://a-research.upi.edu/operator/upload/s_15051_044123_chapter1.pdf)

Diakses tgl. 3 Februari 2016, Pkl. 18.45 WIB.

Data mengenai PT HM Sampoerna Tbk, diakses dari:

<http://m.tempo.co/read/news/2006/10/19/05686368/sampoerna-gunakan-distribusi-dan-dana-philip-morris>.

Diakses tgl. 15 Oktober 2016, Pkl. 19.00 WIB

Data mengenai *House of Sampoerna*, diakses dari:

<http://surabayacityofheroes.com/house-of-sampoerna>.

Diakses tgl. 16 Oktober 2016, Pkl. 20.45 WIB

Data mengenai Program *Sparkling Surabaya*,

Diakses dari: [www.sparkling.surabaya.go.id](http://www.sparkling.surabaya.go.id)

Diakses tgl. 12 Oktober 2016, Pkl. 18.30 WIB.

Data mengenai posisi pasar rokok di Indonesia, diakses dari:

<http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/168321-siapa-unggul-sampoerna-atau-gudang-garam>

Diakses tgl. 19 Oktober 2016, Pkl. 19.22 WIB

Data mengenai posisi PT HM Sampoerna Tbk dalam pasar rokok di Indonesia. Diakses dari: [http://www.sampoerna.com/id\\_id/media\\_center/press\\_releases/Pages/PT-HM-Sampoerna-Tbk--Dinobatkan-Sebagai-Perusahaan-dengan-Manajemen-Terbaik-dan-Tata-Kelola-Perusahaan-Terbaik-olehFinance.aspx](http://www.sampoerna.com/id_id/media_center/press_releases/Pages/PT-HM-Sampoerna-Tbk--Dinobatkan-Sebagai-Perusahaan-dengan-Manajemen-Terbaik-dan-Tata-Kelola-Perusahaan-Terbaik-olehFinance.aspx)  
Diakses tgl. 12 November 2016, Pkl. 19.36 WIB

Data mengenai laba bersih PT Gudang Garam, diakses dari: <http://m.bisnis.com/market/read/20161031/192/597538/kinerja-emiten-kuartal-iii2016-gudang-garam-ggrm-raih-kenaikan-laba-1192-persen>. Diakses tgl. 13 November 2016, Pkl. 18.45 WIB

Data alasan didirikan bus SHT, diakses dari: <http://www.lenteratimur.com/2009/06/menelusuri-jejak-surabaya/>  
Diakses tgl 20 November 2016, Pkl. 19.00 WIB.

Data mengenai media sosial instagram, diakses dari: <http://print.kompas.com/baca/opini/jajak-pendapat/2016/09/10/Media-Sosial-Jadi-Kanal-Informasi-Baru>  
Diakses tgl 22 November 2016, Pkl. 18.37 WIB.

Data mengenai bus *Surabaya and Culinary Track*, diakses dari: <https://m.tempo.co/read/news/2016/09/10/203803283/bus-wisata-keliling-surabaya-hanya-rp-7-500-mau-coba>  
Diakses tgl 22 November 2016, Pkl. 17.55 WIB.

### **Skripsi dan Jurnal:**

Skripsi Ilmu Komunikasi, Yunike Maris. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Corporate Image (Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Penanaman Mangrove terhadap Corporate Image PT HM Sampoerna di*

*Kelurahan Wonorejo Surabaya*. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi Ilmu Komunikasi, Laurensia Ivenna. (2016). *Hubungan Program Corporate Social Responsibility (CSR) "Kampung Sehat" Oleh PT. Petrokimia Gresik dengan Citra Perusahaan pada Masyarakat di Wilayah Ring I, Gresik*. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Srinita Novalia. (2015). *Pengaruh Efektivitas Program CSR Pemeriksaan Kesehatan, Pengadaan Alat Peraga untuk PAUD dan Pengadaan GudangDaun Cengkeh dan Daun Nilam, Terhadap Citra PT PLN (PERSERO) Area Yogyakarta*.

Diakses dari: <http://e-journal.uajy.ac.id/6585/1/jurnal%20skripsi.pdf>

Diakses tgl. 3 Februari 2016, Pkl. 18.58 WIB.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Sendy Triwilopo. (2013). *Pengaruh Pelaksanaan Strategi Kemitraan Dalam Program Peduli Kemitraan Terhadap Citra Perusahaan PTPN VII (PERSERO)*. Diakses dari:

[http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2013/10/1-artikel-untuk-jurnal-\\_sendy.pdf](http://pustaka.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2013/10/1-artikel-untuk-jurnal-_sendy.pdf)

Diakses tgl. 3 Februari 2016, Pkl. 19.05 WIB.

Jurnal Pendidikan Manajemen, Ratih Hurriyati dan Santi Sofyani. (2010).

*Pengaruh CSR terhadap Corporate Image PT Bank Negara Indonesia, Tb*. Diakses dari:

<http://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/download/1080/767>. Diakses tgl. 3 Februari 2016, Pkl. 19.12 WIB.



**Wawancara:**

Firda Al Imami, *Usher Surabaya Heritage Track*, Pukul 11.05 WIB. 23

Februari 2016. *House Of Sampoerna*, Taman Sampoerna Surabaya.

Aji Destiawan, *Tour Guide Surabaya Heritage Track*, Pukul 13.25 WIB. 19

April 2016. *House Of Sampoerna*, Taman Sampoerna Surabaya.

Aji Destiawan, *Tour Guide Surabaya Heritage Track*, Pukul 10.25 WIB.

12 Oktober 2016. *House Of Sampoerna*, Taman Sampoerna  
Surabaya.

Aji Destiawan, *Tour Guide Surabaya Heritage Track*, Pukul 14.05 WIB.

19 Oktober 2016. *House Of Sampoerna*, Taman Sampoerna  
Surabaya.