

BAB V

PENUTUP

V.1. Kesimpulan

Peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Kampung Jamur Tiram terhadap *Corporate Image* PT. *Campina Ice Cream Industry* di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, yaitu:

1. Identitas responden yang dominan dalam penelitian ini yaitu berusia 50-54 tahun, berjenis kelamin perempuan, memiliki pendidikan terakhir SMA, memiliki pekerjaan wiraswasta, memiliki pengeluaran Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000,00 per bulan dengan kelas sosial ekonomi menengah, dan tidak tergabung dalam organisasi yang telah disebutkan (PKK, Gapoktan Srikandi, maupun Usaha Ekonomi Produktif Karang Taruna Bung Tomo Karah).
2. Program CSR Kampung Jamur Tiram telah terlaksana dengan baik dilihat dari indikator pengukur CSR, yakni; *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan) dibuktikan dengan penilaian baik yang diberikan oleh warga di RW 10 Kelurahan Karah Surabaya yang merupakan responden dalam penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa PT. *Campina Ice Cream Industry* menggunakan konsep *triple bottom line* dengan baik.

3. *Corporate Image* PT. Campina Ice Cream Industry adalah positif di mata warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya yang merupakan responden dalam penelitian. Hal ini dibuktikan dengan penilaian positif yang diberikan responden ketika pengujian indikator pengukur *corporate image*, yakni; *primary impression* (kesan utama), *familiarity* (keterkenalan), *perception* (persepsi), *preference* (pilihan), dan *position* (posisi). Sehingga dapat mewujudkan *corporate image* berupa *green company* yang diinginkan oleh PT. Campina Ice Cream Industry bukan hanya sekedar perusahaan es krim terbesar di Indonesia.
4. Terdapat hubungan (korelasi) yang kuat antara program CSR Kampung Jamur Tiram apabila dilihat dari indikator *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan) dengan *corporate image* PT. Campina Ice Cream Industry apabila dilihat dari indikator *primary impression* (kesan utama), *familiarity* (keterkenalan), *perception* (persepsi), *preference* (pilihan), dan *position* (posisi).
5. Koefisien regresi variabel X (CSR) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *corporate image*, hal ini berarti semakin baik penilaian mengenai pelaksanaan program CSR Kampung Jamur Tiram, maka akan semakin positif *corporate image* PT. Campina Ice Cream Industry.
6. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima yang membuktikan bahwa program *corporate social responsibility* Kampung Jamur Tiram berpengaruh signifikan terhadap *corporate image* PT. Campina Ice Cream Industry.

7. Faktor-faktor pembentuk *corporate image* positif selain program CSR yakni, sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, dan reputasi sebagai pencipta lapangan kerja.

V.2. Saran

V.2.1. Saran Akademis

Sebaiknya penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut mengenai hal-hal lain yang berkaitan dengan PT. Campina *Ice Cream Industry*, karena menurut peneliti perusahaan es krim ini memiliki sudut pandang yang menarik untuk diteliti sebagai *green company*. Dapat menggunakan metode penelitian kualitatif – studi kasus untuk mendapatkan hasil yang maksimal dengan kedalaman informasi yang didapat agar menjadi penelitian yang lebih menarik namun dalam.

V.2.2. Saran Praktis

Sebaiknya PT. Campina *Ice Cream Industry* lebih mengembangkan program-program CSR yang dimiliki sehingga lebih bervariasi. Selain variasi, sebaiknya menyesuaikan juga apa kebutuhan masyarakat daerah setempat agar dapat memenuhi apa yang masyarakat luas butuhkan. Selain aspek alam dan lingkungan, mungkin PT. Campina *Ice Cream Industry* dapat mencoba mengembangkan program CSR di bidang lain, misalnya kesehatan karena masih sesuai dengan tujuan diadakannya program CSR oleh PT. Campina *Ice Cream Industry*.

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, Keith. (2013). *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Cutlip, M. Scott, Center, H. Allen, dan Broom, M. Glenn. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hurlock, Elizabeth B. (1997). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Jefkins, Frank. (2004). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (2000). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Prajarto, Nunung. (2012). *CSR Indonesia: Sinergi Pemerintah, Perusahaan, dan Publik*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada.
- Rudito, Bambang, dan Famiola, Melia. (2013). *CSR: Corporate Social Responsibility*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Ruslan, Rosady. (2016). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Singarimbun, Masri, dan Effendi, Sofian. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Soemirat, Soleh, dan Ardianto, Elvinaro. (2015). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Solihin, Ismail. (2015). *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Umar, H. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Vos, M. F. (1992). *The Corporate Image Concept: A Strategic Approach*. Utrecht: Lemma.

Wahyudi, Isa. (2008). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.

Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

Widjaja, A.W. (1993). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Online:

Data mengenai PT Campina *Ice Cream Industry*, diakses dari:

<https://campinafactorytour.wordpress.com/category/csr-campina/>
Diakses pada tanggal 6 Januari 2018 pukul 11.50 WIB.

<http://www.campina.co.id/corporate/corporate-social-responsibility/>
Diakses pada tanggal 6 Januari 2018 pukul 11.55 WIB.

<http://www.campina.co.id/corporate/perusahaan-kami/>
Diakses pada tanggal 10 Januari 2018 pukul 20.21 WIB.

<https://campinafactorytour.wordpress.com/2017/06/07/semangat-green-dalam-bisnis-campina-ice-cream/>
Diakses pada tanggal 11 Januari pukul 05.41 WIB.

Pemberitaan Program CSR Kampung Jamur Tiram, diakses dari:

Redaksi Campina. (2012). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Kelurahan Karah Surabaya*. <http://www.campina.co.id/corporate/corporate-social-responsibility/corporate-social-responsibility-csr-campina-di-kelurahan-karah-surabaya/>. Diakses pada tanggal 6 Januari 2018 pukul 11.58 WIB.

Redaksi Kabar Bisnis. (2012). *Campina Bina Petani Jamur Surabaya*. <http://www.kabarbisnis.com/read/2834395/campina-bina-petani-jamur-surabaya>. Diakses pada tanggal 10 Januari 2018 pukul 20.31 WIB.

Redaksi Campina Factory Tour. (2013). *Penyuluhan Manfaat dan Demo Masak Berbahan Jamur Tiram (CSR Campina)*. <https://campinafactorytour.wordpress.com/2013/06/13/penyuluhan-manfaat-dan-demo-masak-berbahan-jamur-tiram-csr-campina/#more-126>. Diakses pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 05.39 WIB.

Titin. (2012). *Produktivitas Warga Karah Dipacu Lewat Jamur Tiram*.
http://beritasurabaya.net/index_sub.php?category=25&id=7837. Diakses
 pada tanggal 10 Januari 2018 pukul 20.34 WIB.

Pemberitaan Program CSR Wall's *Ice Cream Day*, diakses dari:

Yunita. (2014). *Kronologi Kerusakan Taman Bungkul Saat Acara Wall's PT Unilever*.
http://beritajatim.com/politik_pemerintahan/206737/kronologi_kerusakan_taman_bungkul_saat_acara_wall%27s_pt_unilever.html.
 Diakses pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 12.45 WIB.

Skripsi dan Jurnal:

Skripsi Ilmu Komunikasi, Annastasia, Ek Melanie. (2016). *Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Surabaya Heritage Track terhadap Corporate Image PT HM Sampoerna TBK Pada Penumpang Surabaya Heritage Track*. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Diakses dari repository.wima.ac.id. Diakses pada 28 Februari 2017 pukul 09.57 WIB.

Skripsi Ilmu Komunikasi, Maris, Yunike. (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. Diakses dari repository.wima.ac.id. Diakses pada 2 Maret 2017 pukul 21.49 WIB.

Skripsi Ilmu Komunikasi, Siautta, Felita Naomi. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Mangrove Center Tuban terhadap Citra Perusahaan PT. Semen Gresik Bagi Masyarakat Kecamatan Jenu, Tuban*. Surabaya: Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Diakses dari repository.wima.ac.id. Diakses pada 2 Maret 2018 pukul 08.59 WIB.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Arianda, Agung Asmaracitra. (2015). *Implementasi Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Sebagai Strategi Pembentukan Citra Perusahaan (Studi Kasus Program Corporate Social Responsibility PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk SBU DW II*. Surabaya: Departemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya. Commonline Departemen Komunikasi,

Volume 4 Nomor 2, halaman 342. Diakses dari journal.unair.ac.id. Diakses pada 26 Januari 2018 pukul 11.50 WIB.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Briliane, Oka Asa. (2015). *Analisis Sikap Penerima Program Corporate Social Responsibility (CSR) Go Green Blue Vision Departemen Humas PT. Pupuk Kaltim*. Surabaya: Departemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya. Commonline Departemen Komunikasi, Volume 4 Nomor 2, halaman 450. Diakses dari journal.unair.ac.id. Diakses pada 26 Januari 2018 pukul 11.50 WIB.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Florensia, Rahayu. (2013). *Sikap Warga Dusun Rejoso Desa Sumber Rejo Kabupaten Pasuruan Mengenai Aktivitas Corporate Social Responsibility Biogas PT. PJB*. Surabaya: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 1 Nomor 1, halaman 2. Diakses dari publication.petra.ac.id. Diakses pada 26 Januari 2018 pukul 11.45 WIB.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Iswara, Ninda. (2016). *Komunikasi Corporate Social Responsibility (Studi Analisis Isi Tentang Berita Mengenai Pesan Kegiatan CSR PT Unilever Indonesia Tbk Melalui Website Perusahaan www.unilever.co.id Periode 2012-2014)*. Surakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta. Halaman 2. Diakses dari digilib.uns.ac.id. Diakses pada 26 Januari 2018 pukul 12.07 WIB.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Nurjannah, Suwatno, dan Damayanti, Welsi. (2017). *Komunikasi Corporate Social Responsibility Pada Official Website Perusahaan Badan Usaha Milik Negara*. Bandung: Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Jurnal ASPIKOM, Volume 3 Nomor 2, halaman 311. Diakses dari jurnalaspikom.org. Diakses pada 26 Januari 2018 pukul 12.00 WIB.

Data mengenai Profil Kelurahan Karah, didapat dari:

Profil Kelurahan Karah. (Data 2013). Kantor Kelurahan Karah.

Wawancara:

Pihak PT. Campina Ice Cream Industry:

Soekaryono, *Public Affair PT Campina Ice Cream Industry*. Pukul 11.35 WIB, 10 April 2018 dan pukul 14.00 WIB, 4 Oktober 2018. *Office of PT Campina Ice Cream Industry*.

Pihak Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya:

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Amin Ambar Sari, tanggal 22 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Bernardus Evan Eryanto, tanggal 14 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Bibit Purwanti, tanggal 22 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Eko Riningsih, tanggal 22 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, M. Amin Agus Susanto, tanggal 14 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Nurmala, tanggal 22 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Ote, tanggal 14 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Poppy Diah Gajatri, tanggal 14 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Rhezita Permatasari, tanggal 14 Oktober 2018.

Data wawancara dengan Warga RW 10 Kelurahan Karah Surabaya, Sutiyem, tanggal 14 Oktober 2018.