

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

CSR (*Coorporate Social Responsibility*) adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri di sebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholders* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat sekitarnya. Atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional, maupun global. Karenanya pengembangan CSR kedepan mengacu pada konsep pembangunan yang berkelanjutan (*Sustainability development*).

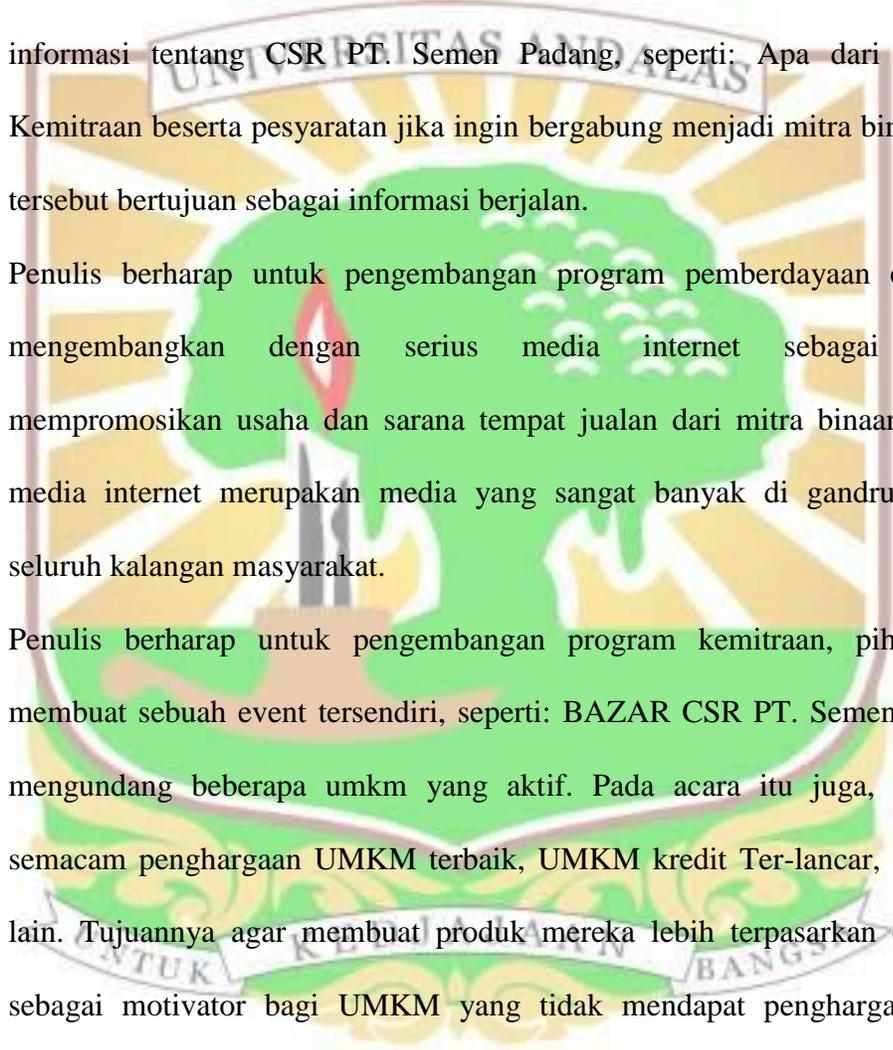
- a. Jenis-jenis media promosi berbasis CSR yang diterapkan oleh PT. Semen Padang memiliki tiga bentuk secara umum, yaitu Media Cetak (Majalah, Spanduk, Surat Kabar, Stiker, dan Buku), Media Eletronik (Radio), Media Internet (Website PT. Semen Padang, Berita Online)
- b. Penerapan media promosi diatas diatur oleh bagian Humas PT. Semen Padang, yang mana mengatur segala bentuk aktifitas pemberitaan mengenai PT. Semen Padang serta CSR. Penerapan sejauh ini memakai media promosi bisa dibilang cukup membantu menaikkan *coorporate image* perusahaan.

Karena masyarakat sudah tidak banyak yang mengalami *missunderstanding* mengenai perusahaan, dan sedikit mulai memahami kehadiran CSR.

5.2 Saran

Saran yang ingin penulis sampaikan setelah menyelesaikan PKL ini untuk CSR PT.Semen Padang:

- a. Penulis berharap dalam pemberian bantuan berupa Dana maupun DO sebaiknya ditindak lanjuti dan dilakukan monitoring secara efektif. Apakah bantuan tersebut mereka gunakan sesuai dengan permohonan awal.
- b. Dari segi penempatan lokasi CSR PT. Semen Padang, kantor operasional sebaiknya ditempelkan stiker/logo CSR PT. Semen Padang yang lumayan besar pada pintu masuk dan kaca dibelakang meja kasir, hal tersebut bertujuan untuk membuat orang thau dimana kantor CSR.
- c. Penulis menyarankan untuk lebih menjelaskan program CSR PT. Semen Padang secara umum dengan membuat sebuah X-banner dua buah untuk diletakkan depan pintu, dimana untuk menampilkan penjelasan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan. Dan juga menempelkan stiker-stiker pada kaca luar seperti: Apa itu CSR ? Apa itu Campin Nagari ?, Apa itu Paduli Nagari?, dan lain-lain. Hal tersebut bertujuan untuk memberitahukan ke masyarakat apa itu CSR dan apa manfaat bagi mereka, selain itu juga untuk mengurangi *missunderstanding* ke masyarakat.

- 
- d. Penulis mengharapkan Logo CSR PT. Semen Padang juga dipasangkan pada seluruh mobil operasional, bukan hanya pada satu mobil untuk Bina Lingkungan tetapi juga pada mobil operasional Program Kemitraan. Selain itu, pada setiap mobil operasional di pasangkan stiker mengenai penjelasan informasi tentang CSR PT. Semen Padang, seperti: Apa dari program Kemitraan beserta pesyaratan jika ingin bergabung menjadi mitra binaan. Hal tersebut bertujuan sebagai informasi berjalan.
- e. Penulis berharap untuk pengembangan program pemberdayaan ekonomi, mengembangkan dengan serius media internet sebagai tempat mempromosikan usaha dan sarana tempat jualan dari mitra binaan, karena media internet merupakan media yang sangat banyak di gandrungi oleh seluruh kalangan masyarakat.
- f. Penulis berharap untuk pengembangan program kemitraan, pihak CSR membuat sebuah event tersendiri, seperti: BAZAR CSR PT. Semen Padang, mengundang beberapa umkm yang aktif. Pada acara itu juga, diadakan semacam penghargaan UMKM terbaik, UMKM kredit Ter-lancar, dan lain-lain. Tujuannya agar membuat produk mereka lebih terpasarkan dan juga sebagai motivator bagi UMKM yang tidak mendapat penghargaan lebih terpacu lagi dalam mengembangkan usahanya.
- g. Penulis berharap media sosial untuk CSR PT.Semen Padang untuk di aktifkan secara berkala, karena melalui media sosial internet merupakan salah satu

jalan terbaik untuk berusaha tetap dekat dengan masyarakat dan membantu masyarakat mendapatkan informasi yang akurat mengenai program-program CSR PT.Semen Padang. Serta media sosial seperti: Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lain, merupakan aplikasi media promosi yang tidak berbayar dan gampang diakses dan bisa dibilang banyak diminati oleh semua kalangan dalam memperoleh informasi.

