

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III Kampung Lawas Maspati yang dilaksanakan pada tahun 2015-2016 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Program implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III Kampung Lawas Maspati yang dilaksanakan pada tahun 2015-2016 dilakukan melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dengan kegiatan ekonomi kreatif (pemberdayaan masyarakat) menyesuaikan keunggulan Kampung Lawas Maspati yakni sebagai Kampung wisata.
2. Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pelindo III Kampung Lawas Maspati yang dilaksanakan pada tahun 2015-2016 melalui 3 (tiga) tahap yaitu:

Perencanaan melibatkan tiga *stakeholders* utama yaitu PT Pelindo III, pemerintah Kota Surabaya dan masyarakat Maspati sehingga ada proses pengkomunikasian dan penyinergian program dengan kegiatan yang telah berjalan di Maspati. Kerjasama dengan penerima manfaat program melalui pengurus kampung Maspati sejak tahap perencanaan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimaksudkan untuk pemberdayaan masyarakat.

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih mengutamakan kebutuhan Maspati sebagai kampung wisata yang bersifat karitatif yaitu berupa pemberian sejumlah bantuan fisik berupa pembangunan sarana

prasarana Kampung wisata. Dengan memberikan dana tunai yang dibelanjakan oleh pengurus Kampung Maspati sehingga ada unsur pemberdayaan bagi warga Kampung Maspati yang meliputi renovasi ruang serbaguna, pembangunan gapura, ruang resepsionis, renovasi persarean, renovasi balai RW, pekerjaan interior gapura, counter sovenir, kantor koperasi, maupun pelatihan bagi UMKM dan gaet atau event sebagai sarana promosi wisata untuk mengenalkan Kampung wisata Maspati melalui media massa dan internet.

Pelaksanaan evaluasi belum dilakukan secara detail atau menyeluruh karena program baru berjalan 2 tahun. Kegiatan evaluasi hanya dilakukan terkait dengan pelaksanaan kegiatan rutin Kampung Maspati sebagai kampung wisata yang dilakukan seusai event kunjungan wisata.

3. Faktor Pendukung dalam Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati yaitu terdapatnya keunggulan objektif Kampung Lawas Maspati dengan sejumlah bangunan *heritage*, kekompakan dan gotong-royong warga masyarakat Kampung Lawas Maspati., dukungan dari pemerintah Kota Surabaya, lokasi Maspati yang berada dekat dengan pelabuhan.
4. Faktor Penghambat yang dihadapi oleh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kampung Lawas Maspati adalah masih terdapatnya kurangnya tanggung jawab peran kerja pengurus Kampung, pengelolaan keuangan yang tidak transparan dan koperasi yang tidak berjalan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang menjadi penghambat proses program saat berlangsung, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Assekper Humas Pelindo III, sebaiknya melakukan monitoring dan evaluasi bersama pengurus Kampung Maspati. Dalam hal monitoring, pihak Pelindo III sebaiknya membuat mekanisme monitoring yang ketat terkait dengan pengalokasian dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang disalurkan di Kampung Lawas Maspati dengan pelatihan dan pembekalan *Human Devevelopment* terkait sikap mental sebagai penyedia jasa wisata, menunjuk AGENT OF CANGE di antara pengurus Kampung Lawas Maspati sebagai kontrol eksistensi program.
2. Bagi Assekper Humas Pelindo III dan pengurus Kampung Lawas Maspati, sebaiknya menyusun standar operasional Kampung wisata Maspati yang menjadi acuan bagi kelompok-kelompok warga Maspati dalam menjalankan peran terutama pada saat adanya kunjungan wisata di Kampung Maspati dengan kegiatan pendampingan terhadap proses penyaluran hingga *report* laporan hasil berupa dokumentasi dan *progress* yang telah dilakukan.
3. Bagi Assekper humas Pelindo III, sebaiknya memberikan advokasi kepada pengurus Kampung terkait dengan laporan keuangan yang akuntabel dan transparan agar kekompakan masyarakat tetap terpelihara dengan kegiatan pelatihan khusus manajemen keuangan obyek wisata.

4. Bagi Assekper humas Pelindo III sebaiknya menjalankan peran lebih banyak lagi sebagai *Communications Technician* sehingga lebih aktif dalam membantu dalam mengelola web Kampung Lawas Maspati agar lebih baik sampai pengelola Kampung Lawas Maspati terampil dalam mempromosikan destinasi wisata Maspati melalui tulisan-tulisan yang menarik.
5. Bagi pengurus Kampung wisata Maspati, sebaiknya menyusun laporan keuangan kegiatan kampung wisata secara lebih profesional, jika perlu dengan melibatkan pihak ketiga yang berkompeten dalam masalah audit keuangan dengan pengawasan melekat terhadap penggunaan dana dengan *scoring* prestasi.