

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Pada bab ini akan membahas secara ringkas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan di Hotel Santika Premiere Yogyakarta mengenai Pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Santika Premiere Yogyakarta periode tahun 2015-2016 secara ringkas dan menyeluruh. Pada bab ini juga akan diberikan beberapa saran dari peneliti sebagai masukan kepada Divisi *Marketing* yang didalamnya terkait *Public Relations* berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan.

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait pengelolaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Santika Premiere Yogyakarta dalam Program Bantuan Air Bersih dan Tanam pohon ini memiliki tujuan untuk membantu meringankan permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi. Permasalahan yang terjadi yaitu dikarenakan kekeringan yang melanda di daerah Dusun Seropan setiap tahunnya dalam Program Bantuan Air Bersih dan untuk Program Tanam Pohon tujuannya ingin meningkatkan pariwisata Desa Srikemunit serta mengurangi terjadinya tanah longsor. Dalam hal ini pengelolaan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta memiliki tahapan-tahapan terkait pengelolaan dari mulai perencanaan, pelaksanaan, dan implementasi.

Perencanaan yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta mengenai CSR Bantuan Air bersih dan CSR Tanam Pohon ini masih terbilang belum terencana dengan baik. Dikarenakan sebuah CSR yang dilaksanakan harus memiliki pondasi yang kuat terlebih dahulu seperti hasil penelitian ini CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta tidak menetapkan Visi Misi sebagai landasan pelaksanaan CSR simbol-simbol logo atau identitas perusahaan masih kurang ditekankan ditambah lagi strategi komunikasi melalui edukasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini direncanakan hanya dalam satu kali saja ini membuktikan bahwa Tim CSR kurang menganalisis pemahaman segmentasi yang dituju. Permasalahan ini juga terkait dengan SDM (pihak karyawan) hal ini juga penting karena pengetahuan dan pemahaman yang tepat bagi karyawan membantu memberi batasan, menyusun strategi serta menyusun evaluasi karena *Public Relations* di Hotel Santika Premiere Yogyakarta masih di bawah naungan Divisi Marketing.

Implementasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta dalam Program CSR Bantuan Air Bersih dan CSR Tanam Pohon ini dengan strategi implementasi menggunakan *self managing strategy* yang berarti semua kegiatan implementasi CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta dilaksanakan oleh Departemen tim CSR Hotel Santika itu sendiri.

Selain itu implementasi yang dilaksanakan ini sudah sesuai dengan konsep “*Tri Botton Line*” dari Jhon Elkington yang meliputi *profit, people, planet* yaitu Hotel Santika Premiere Yogyakarta melakukan program CSR untuk meningkatkan produktivitas sebuah kinerja dari sebuah perusahaan seperti melaksanakan sosialisasi, edukasi, memberikan bibit pohon, memberikan tangki air bersih beserta alat penyedot lainnya sudah sesuai dengan perencanaan awal dan ini implementasi ini akan menumbuhkan profit bukan hanya sekedar materi melainkan citra positif perusahaan dimata masyarakat itu yang akan menumbuhkan materi. Dari segi *people* juga Hotel Santika telah memberikan manfaat sebesar-besarnya untuk masyarakat dan telah terlaksana dan dari segi *planet* sendiri hubungan antara perusahaan dan lingkungan juga terlaksana dengan baik. Maka dari itu pelaksanaan atau implementasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta dapat dikatakan cukup baik.

Evaluasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini dengan melakukan koordinasi dengan warga dan melakukan FGD untuk menggali informasi terkait kesuksesan sebuah program CSR yang dilaksanakan ini. Dalam analisis evaluasi yang dilaksanakan ini dengan menggunakan konsep Nor Hadi di perkuat lagi dengan pernyataan Wirawan serta di perkuat lagi dengan temuan evaluasi empat konsep dari Owen. Tahapan evaluasi yang dilaksanakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta ini dapat dikatakan cukup baik dari melaksanakan FGD,

menganalisis masalah, hingga menemukan temuan perbaikan. Namun tahapan evaluasi ini menjadi kurang sempurna dikarenakan pihak Manajemen Pejabat Struktural Hotel Santika Premiere Yogyakarta belum melaksanakan perbaikan dari masukan evaluasi seperti *mantanance* program, *monitoring* program, dan *supply* dana tambahan untuk revitalisasi program yang telah dilaksanakan. Sehingga program CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta tidak dapat berjalan lebih lanjut terkait perbaikan dan tidak dapat dinyatakan *susteinability* dikarenakan kurangnya kesadaran dari pihak manajemen untuk pentingnya *susteinability programs*.

## **B. SARAN**

Setelah melakukan penyimpulan dan hasil penelitian ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai masukan untuk Divisi *Marketing* yang di dalamnya terkait *Public Relations* ini yang pertama pada perencanaan yang dilaksanakan ini terkait dengan menganalisis target sasaran dengan lebih akurat agar program edukasi yang dilaksanakan dapat menjadi efisien dan efektif seperti lebih mengelompokkan usia, SES, latar belakang pendidikan dari target *audiencenya* sehingga lebih mudah dimengerti bagaimana strategi komunikasi yang baik.

Dalam segi implementasi saran dari peneliti untuk lebih memantau lagi setiap kegiatan yang memang dilaksanakan oleh warga di samping itu alangkah lebih baiknya ketika mengadakan kegiatan CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta dengan anggota tim yang memang dari seorang

*Public Relations* Sehingga tidak memberatkan PR yang ada di Hotel Santika Premiere Yogyakarta yang masih dalam naungan Divisi *Marketing* walau memang sangat baik sekali Hotel Santika mengedepankan peran dan fungsi seorang PR tetapi PR di sini menjadi tidak maksimal apabila dikerjakan seorang diri.

Dalam evaluasi yang dilaksanakan cukup mendapatkan masukan yang banyak dari hasil Evaluasi yang dijalankan namun masukan tersebut tidak dikaji lebih dalam terkait dengan kekurangan yang terjadi alangkah lebih baiknya setelah mendapatkan hasil dari evaluasi ini seharusnya dipikirkan bersama dengan Tim CSR Hotel Santika Premiere Yogyakarta lagi untuk melakukan peninjauan kembali dan apabila permasalahan terkait pendanaan dalam perencanaan seharusnya pihak Tim CSR sudah memikirkan plan B atau perencanaan lain ketika pendanaan tidak lancar untuk keberlanjutannya seperti membentuk uang kas dari warga atau mencarikan solusi lain seperti mencarikan *founder* dari organisasi sosial (NGO) terkait penanaman pohon.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asniwati, B. (2010). Evaluasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility CSR Pupuk Kaltim. *Jurnal Eksis*, 6 no1, 1267-1266.
- Budiasni, N. N. (2015). *Implementasi Corporate Sosial Responsibility Berdasarkan Konsep Tri Hita Karana* (Vol. 3). Bali: e-Jurnal.
- Cutlip, & M, S. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
- Fajar, A. (2011). *Sistem Kendali dan Strategi (Manajemen) Krisis Dalam Kajian Public Relations* (Vol. 1). Surakarta: Jurnal Komunikasi.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jonker, J., & Witte, M. d. (2006). *Management Models for Corporate Social Responsibility*. Germany: Spinger.
- Kitzmuller, M. (2010). *Economic perspective of Corporate Social Responsibility*. Florence: European University Institut.
- Levy, S. E. (2014). Corporate Social Responsibility: Perspectives of Hotel Frontline Employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26, 332-348.
- Loven, R. D., Crishtin, M., & Iffandi, A. (2015). *Strategi Manajemen Krisis Public Relations PT KAI Commuter Jabodetabek pada Penanganan Kasus Kecelakaan KRL Lintas Jakarta-Bogor September 2015*. Bandung: Universitas Telkom.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munthe, A. P. (2015). *Pentingnya Evaluasi Program Istitusi Pendidikan*. Tangerang: Universitas Pelita Harapan.
- Park, S.-Y. (2014). Corporate Social Responsibility: Prespective of hotel front line employee. *USF Scholarship*, 20-24.
- Petterson, A., & Dzafic, J. (2016). *Greenwashing in CSR Report*. Swedish: Jonkoping University.
- Philip, K., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Phunita, S., & Rasdi, R. M. (2013). Corporate Social Responsibility: Adoption of green marketing by hotel Industri. *Asian Sosial Science*, 9 no.17, 2-15.
- Rachman, N. M., Effendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Roza, S. (2014). Perencanaan, Implementasi, evaluasi Program CSR. *Mankeu*, 374-463.
- Roza, S. (2014). Perencanaan, Implementasi dan Evaluasi Program CSR (Corporate Social Responsibility). *Mankeu*, III, 374-463.
- Said, A. L. (2015). *Corporate Social Responsibility dalam Prespektif Governance*. (Sarmadan, Penyunt.) Yogyakarta: Deepublish.

- Sari, Y. D. (2005). *Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Komunitas Pada Program Perusahaan*. Jakarta: Jurnal Komunikasi.
- Sari, Y. D. (2012). Implementasi Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Sikap Komunitas Dalam Program Perusahaan. *Aspikom*, 1-25.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sylvia, M. (2016). *CSR PT Pertamina (Persero) MOR V Surabaya*. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.
- Tayibnapi, F. Y. (2008). *Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi Untuk Program Pendidikan dan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Visser, W., Dirk, M., Pohl, M., & Tolhurst, N. (2010). *The A-Z of Corporate Social Responsibility*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Yanto, H. N., & Suratman. (2015). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PTPN 7 Padang Pelawi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma. *Jurnal Penelitian Sosial dan Politik*, IV, 23-36.