

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dalam penelitian yang merupakan kajian strategi *public affairs* dalam program tanggung jawab sosial perusahaan, peneliti berusaha mengungkap dan menelaah lebih lanjut sesuai dengan pemaparan dari Lerbinger (2006, hlm.7) mengenai strategi *public affairs* perusahaan dalam hal ini yang berkait dengan PT Timah (Persero) Tbk. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapat kesimpulan yang menjawab tujuan awal penelitian, yaitu bagaimana strategi yang digunakan dalam pendekatan terhadap kelompok kepentingan, strategi yang digunakan dalam pendekatan dengan media massa, serta strategi yang digunakan dalam pendekatan kepada pemerintah.

5.1.1 Strategi Pendekatan Kelompok Kepentingan

Dalam pendekatan dengan kelompok kepentingan perusahaan ingin merangkul semua kelompok kepentingan yang ada. Namun, hal tersebut memang cukup sulit dilakukan mengingat ada beberapa kelompok kepentingan dengan isu yang bersebrangan dengan perusahaan. Jadi perusahaan harus memutuskan untuk memetakan kelompok kepentingan yang memang sangat berpengaruh terhadap operasional perusahaan yaitu kelompok yang berada pada ring 1 operasional. Kelompok kepentingan tersebut salah satunya adalah Himpunan Nelayan Seluruh Indonesia (HNSI), hubungan yang berhasil dijalin oleh perusahaan dan juga kelompok kepentingan tersebut terbilang baik. Cara pendekatan yang digunakan oleh perusahaan dengan kelompok kepentingan tersebut, berupa diskusi bersama, pendekatan personal, dan juga kerja sama CSR. Hambatan dalam melakukan pendekatan tersebut tentu saja pasti ditemui oleh perusahaan, kelompok kepentingan yang memang dari awal sudah menyatakan kontra terhadap perusahaan dan juga oknum yang dapat

menggerakkan kelompok kepentingan dapat menjadi hambatan dalam hubungan tersebut bagi perusahaan.

Untuk itu diperlukan langkah dalam menjadikan kelompok kepentingan sebagai *opinion leader* atau penggiring opini publik untuk mengatasi pihak yang kontra perusahaan, serta mencegah oknum yang ingin mengganggu operasional perusahaan. Dalam rangka pembentukan *opinion leader* tersebut perusahaan menggunakan cara sosialisasi dan juga pendekatan secara personal kepada pemimpin dari kelompok kepentingan. Isu yang diangkat dalam pembentukan opini publik tersebut biasanya terkait dengan tiga isu utama perusahaan yaitu, lingkungan, operasional, dan juga karyawan. Penyebab konflik yang biasanya terjadi pada PT Timah di daerah operasional Bangka Belitung adalah miss-komunikasi dan juga sikap masyarakat yang memang terbilang keras. Cara yang digunakan oleh PT Timah dalam mengatasi konflik adalah dengan berdiskusi dengan masyarakat dan melakukan negosiasi untuk memberikan solusi yang terbaik biasanya berupa pemberian bantuan CSR. Diakui oleh perusahaan bahwa CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih terbilang sebagai langkah protektif operasional perusahaan semata. Publik yang dilibatkan dalam penyelesaian konflik dengan kelompok kepentingan biasanya adalah tokoh masyarakat, dan juga pemerintah jika memang diperlukan.

5.1.2 Strategi Pendekatan Media Massa

Dalam berhubungan dengan media, perusahaan dituntut untuk peka dan proaktif terhadap isu yang berkembang agar perusahaan dapat menghubungi media terkait dengan isu tersebut dan membuat pemberitaan sebelum isu tersebut berkembang menjadi isu yang negatif bagi perusahaan. Isu yang biasanya dikhawatirkan oleh perusahaan adalah isu utama yang sudah disebutkan sebelumnya dalam strategi kelompok kepentingan, yaitu lingkungan, operasional, dan juga internal perusahaan. Cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menghubungi media adalah melalui siaran pers yang dikirimkan melalui email dan juga jaringan pesan *whatsapp*. Sejauh ini hubungan yang berhasil dijalin oleh PT Timah

dengan media terbilang sangat baik, karena pihak humas yang memang selalu merangkul media.

Semi kontrol terhadap pemberitaan di media juga diperlukan agar pemberitaan sesuai dengan yang diharapkan dengan menjadikan orang yang berpengalaman dalam wawancara dengan media sebagai juru bicara. Hal tersebut dilakukan guna menghindari munculnya pernyataan yang dapat berakibat munculnya pertanyaan baru kepada perusahaan. Biasanya yang menjadi juru bicara adalah pihak humas dan juga CSR apabila itu terkait bantuan CSR. Media yang menjadi prioritas perusahaan dalam pemberitaan adalah media lokal dan juga media nasional. Sementara yang kurang menjadi prioritas adalah media-media yang baru muncul, dan juga media *online* yang memang kurang diakses oleh publik. PT Timah (Persero) Tbk jarang menggunakan iklan advokasi di media massa. Biasanya pemberitaan yang berkaitan dengan CSR di media cetak berupa advertorial, dengan harapan agar apa yang dilakukan oleh perusahaan diketahui oleh masyarakat atau publik. Kerja sama bisnis pun dijalin dengan media, guna menjaga informasi tersampaikan secara utuh dan juga terjadi kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak antara media dan perusahaan. Perusahaan juga biasanya melakukan *sponsorship* terkait dengan kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak media.

Perusahaan juga mengembangkan media publikasi sendiri berupa majalah “Timah Peduli” dengan tujuan publikasi program CSR kepada publik eksternal perusahaan. Serta menggunakan media alternatif seperti media sosial yang semakin gampang diakses mengingat kemajuan teknologi informasi. Sehingga perusahaan tidak hanya bergantung pada pemberitaan pada media massa semata.

5.1.3 Strategi Pendekatan Pemerintah

Strategi *public affairs* pada dasarnya memang menysasar pemerintah selaku pembuat kebijakan. Dalam praktiknya lobi-lobi memang biasa dilakukan oleh perusahaan terhadap sebuah kebijakan. Namun, tidak

demikian yang terjadi pada PT Timah, tidak ada lobi yang terjadi dengan pemerintah. Mengingat perusahaan adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN), jadi perusahaan selalu berusaha untuk patuh terhadap setiap regulasi yang ada. Hubungan dengan pemerintah daerah Bangka Belitung juga terjalin dengan baik, terutama terkait dengan program CSR yang dilakukan perusahaan. Pelibatan masyarakat dalam hubungan dengan pemerintah juga menjadi perhatian perusahaan karena pemerintah akan mengikuti keinginan masyarakat. Perusahaan juga mendapatkan dukungan dari pemerintah karena program CSR perusahaan dianggap sangat membantu.

Perusahaan secara tegas menyatakan tidak ada keterlibatan dalam dunia politik, karena memang sudah jelas dilarang oleh regulasi. Jadi tidak ada langkah apapun yang diambil oleh perusahaan terkait dengan aktivitas politik. Perusahaan juga membangun hubungan yang baik dengan para aparat penegak hukum dalam langkah menjalin komunikasi hukum yang baik dalam penegakan aturan yang ada, terutama terkait dengan penambangan ilegal yang terbilang merugikan perusahaan.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Akademik

Secara akademik, penelitian ini merupakan sebuah kajian mengenai strategi *public affairs* pada perusahaan ekstraktif milik negara dalam program tanggung jawab sosial perusahaan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menyumbang kajian lebih lanjut mengenai *public affairs* dalam perusahaan khususnya perusahaan di Indonesia, terlebih dalam menangani isu-isu negatif yang berpengaruh terhadap operasional perusahaan.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi perusahaan untuk dapat menyesuaikan strategi *public*

affairs dalam tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan dan juga dapat membuat program tanggung jawab sosial yang berdampak luas dan berkelanjutan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini rekomendasi penelitian baik secara akademis maupun praktis :

5.3.1 Rekomendasi Akademis

Secara akademis penelitian ini hanya memfokuskan pada strategi *public affairs* dalam tanggung jawab sosial perusahaan di perusahaan milik negara (BUMN). Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan milik swasta atau perusahaan multinasional, di mana strategi *public affairs*-nya tentu akan lebih kompleks.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Peneliti merekomendasikan bagi beberapa pihak yang menjadi publik bagi perusahaan tempat dimana peneliti melakukan studi kasus. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang disarankan :

1. Bagi pemerintah, seharusnya ada pelibatan atau diskusi bersama dengan perusahaan dalam pembuatan sebuah kebijakan agar tidak dianggap memberatkan satu sisi.
2. Bagi perusahaan, seharusnya program tanggung jawab sosial yang dilakukan harus memiliki dampak ekonomi yang luas dan juga dapat berkelanjutan bagi kehidupan masyarakat.
3. Bagi masyarakat, harus lebih berhati-hati dalam menerima informasi, jangan sampai dimanfaatkan oleh oknum-oknum yang memang ingin mengganggu operasional perusahaan.
4. Bagi penelitian lanjutan, agar dapat dibedah lebih mendalam salah satu dari tiga strategi *public affairs* yang digunakan oleh perusahaan.