

BAB V

Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

5.1 Simpulan

Wirausaha sosial dikemukakan oleh Harmeling dalam (Atiq dan Ozkan, 2013, hlm. 6) menjadi salah satu peluang untuk mengembangkan CSR di bidang ekonomi karena memiliki kekuatan sebagai pendorong bagi operasi bisnis perusahaan yang berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial serta menguntungkan sektor korporasi. Berdasarkan penelitian ini, didapatkan kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan dan tujuan penelitian yang dipaparkan di bagian awal penelitian ini sebagai berikut.

5.1.1 Kepemimpinan dan komitmen CSR wirausaha

Kepemimpinan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR di bidang wirausaha sosial terbagi ke dalam tiga kondisi yaitu keputusan, adopsi, dan komitmen CSR. Keputusan CSR yang dilakukan oleh unit pusat diambil karena adanya manfaat sosial dan manfaat ekonomi yang muncul. Manfaat sosial diyakini dengan adanya upaya perusahaan untuk mengurangi pengangguran dan menciptakan lapangan kerja di lingkungan masyarakat. Selain itu, manfaat ekonomi muncul dengan bukti adanya kenaikan jumlah pendapatan masyarakat melalui program wirausaha sosial. Perusahaan memutuskan program CSR wirausaha berdasarkan UU No. 40/2007, UU No. 25/2007, dan Permen BUMN 05/2007.

Program yang dilakukan tentunya menimbulkan keuntungan serta kerugian bagi perusahaan. Keuntungan yang di dapatkan berupa hubungan yang terjalin dengan baik, serta pencegahan konflik yang mungkin muncul. Selain itu, perusahaan menerima dampak berupa ketergantungan komunitas akibat masyarakat terbiasa menerima bantuan dari perusahaan. Hal tersebut termasuk ke dalam faktor eksternal program CSR, sedangkan dari faktor internal, terdapat hambatan yang dirasakan informan. Hambatan tersebut berupa sikap iri yang ditunjukkan oleh karyawan lain terhadap pekerjaan Humas, yang dinilai terlalu sepele. Masalah dana program CSR juga dinilai informan terlalu rumit sehingga dapat mengganggu jalannya program.

Komitmen perusahaan untuk melakukan program-program CSR, menjadikan berbagai program CSR wirausaha tersebut sebagai kegiatan yang berkelanjutan. Mereka berkomitmen melanjutkan program sampai menemui titik *exit strategy*, atau selama perusahaan belum mengalami kebangkrutan, karena perusahaan ingin selalu mendampingi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan program yang dijalankan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, mengembangkan potensi masyarakat, serta membantu kemajuan bisnis perusahaan.

5.1.2 Keterlibatan pemangku kepentingan dalam CSR wirausaha

PT. Indonesia Power UPJP Kamojang melibatkan berbagai pihak dalam program CSR wirausaha yang diusungnya, diantaranya ialah kepala dusun, tokoh agama, TNI, Polri, perangkat desa, dinas perindustrian dan perdagangan, pemda Kab. Garut dan Kab. Bandung, serta anggota UKM. Pihak-pihak tersebut yang kemudian disebut sebagai pemangku kepentingan, berperan penting dalam kemajuan program yang dilakukan perusahaan. Mereka bekerja sama dengan perusahaan untuk mencapai tujuan program, yaitu memberdayakan masyarakat.

Masyarakat yang merupakan anggota UKM, diberi tugas untuk bertanggung jawab menjalankan program wirausahanya masing-masing. Sedangkan, pemangku kepentingan lain hanya bertugas untuk memantau jalannya program bersama dengan perusahaan. Namun, pada kenyataannya banyak sekali hambatan yang dihadapi, seperti komunikasi yang dijalin kurang efektif, sehingga sering menimbulkan kesalahpahaman. Masyarakat juga dinilai kurang serius dalam menjalankan tugasnya, sehingga seringkali program menjadi terbengkalai. Selain itu, masyarakat sering menunjukkan kecemburuannya terhadap kelompok lainnya karena perbedaan bantuan yang diberikan perusahaan. Dan yang paling menonjol ialah adanya oknum yang berniat untuk memanfaatkan perusahaan, dengan cara meminta dana bantuan tanpa menjalankan program secara benar.

Perusahaan juga melibatkan pemangku kepentingan dalam semua tahapan program, melalui diskusi kelompok (FGD) yang rutin dilakukan untuk merencanakan program. FGD juga dijadikan media untuk

mengevaluasi program ketika periode pelaksanaan program sudah berakhir. Pemangku kepentingan merespon positif program-program yang diusung perusahaan, juga memberikan timbal balik yang baik berupa lingkungan yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi semaksimal mungkin.

5.1.3 Kebijakan dan struktur organisasi CSR wirausaha

Program CSR wirausaha yang dirancang tentunya telah dipertimbangkan secara matang, yang berlandaskan pada isu potensi masyarakat dan lingkungan yang kurang dimaksimalkan, serta kemampuan masyarakat dari segi perekonomiannya dianggap masih kurang. Perusahaan juga membuat program tersebut karena terdapat hal yang menarik seperti masyarakat menjadi mampu untuk mengembangkan potensi usaha, keinginan untuk mengembangkan produk dari mulai produksi hingga pemasaran, serta mampu untuk mengembangkan masyarakat.

Ketertarikan perusahaan untuk melakukan program wirausaha diungkapkan karena adanya beberapa alasan, seperti dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Selain itu, hal tersebut dikarenakan masyarakat mampu mengembangkan peluang usaha yang dimilikinya, dengan mengembangkan produk hasil olahan hingga ke tahap pemasaran. Perusahaan merasa tertarik untuk membuat program wirausaha karena ingin memandirikan masyarakat, agar dapat meningkatkan pendapatannya.

Perencanaan program menghasilkan 30 kelompok UKM yang melakukan wirausaha di bawah binaan perusahaan. Kelompok tersebut melakukan program sesuai dengan hasil pemetaan sosial, dengan berbagai bidangnya masing-masing seperti olahan jamur, kopi, dan ikan. Setiap kelompok dapat mencapai keuntungan sekitar 5-10 juta/bulan dari setiap program yang berhasil dilakukan.

5.1.4 Pelaksanaan, pemantauan, dan tindakan korektif CSR wirausaha

Pengembangan kebijakan CSR, keterbukaan dan laporan, serta verifikasi independen termasuk ke dalam poin terakhir yang dibahas ini. Dalam pelaksanaannya, program kembali menemui hambatan yaitu pelaksanaan program dari berbagai UKM terlalu banyak di waktu yang bersamaan sehingga menyebabkan terbaginya fokus, waktu pelaksanaan yang

sudah dirancang pun menjadi tidak tercapai, keseriusan masyarakat dirasa masih kurang dengan kurangnya pula pendampingan serta monitoring dari pihak perusahaan, sehingga kemudian menimbulkan kesalahan persepsi.

Secara keseluruhan, tujuan utama program CSR wirausaha tersebut dianggap belum tercapai karena masih terdapat banyak kekurangan yang harus diperbaiki, walaupun sudah terdapat peningkatan ekonomi di masyarakat. Salah satu hal penting dari suatu program adalah laporan kegiatan, seperti halnya KUM Kamojang yang membuat laporan untuk setiap kelompok masyarakat yang berisi rincian keuangan, keuntungan, kerugian, dan keberhasilan program yang dilakukannya. Laporan kegiatan tersebut disampaikan setiap tiga bulan sekali, atau paling lambat pada masa evaluasi di akhir tahun.

PT. Indonesia Power UPJP Kamojang sangat terbuka untuk setiap saran atau kritik yang ingin disampaikan, dengan tujuan untuk melakukan perbaikan pada program selanjutnya, agar dapat mengetahui ketepatan programnya, serta memenuhi kepentingan proper perusahaan. Adapun waktu penyampaian kritik dan saran tersebut bisa ketika diskusi kelompok dilakukan, atau selama masa pelaksanaan program hingga masa evaluasi.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Akademis

Berdasarkan temuan dan pembahasan dalam penelitian ini, telah terkontruksi model komunikasi CSR wirausaha dari keempat aspek, yaitu kepemimpinan dan komitmen, kebijakan dan struktur organisasi, keterlibatan pemangku kepentingan, dan pelaksanaan, pemantauan, serta tindakan korektif. Model komunikasi tersebut diharapkan dapat menyumbangkan wacana dan kerangka teoritis bagi kajian komunikasi mengenai program CSR dalam mengembangkan wirausaha sosial di masyarakat.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadikan gambaran sebagai refleksi program CSR dalam mengembangkan wirausaha sosial. Gambaran tersebut diharapkan mampu memperbaiki model

komunikasi yang dirasa belum efektif, atau justru dapat menyulitkan dalam pelaksanaan program CSR wirausaha.

Selain itu, penelitian ini telah menggambarkan dan menjelaskan bahwa PT. Indonesia Power memiliki cara komunikasinya sendiri dalam merangkul pemangku kepentingan untuk bekerja sama menciptakan program terkait wirausaha demi mengembangkan perekonomian masyarakat sekitar. Dengan demikian, diharapkan pemangku kepentingan terkait pun turut memerhatikan cara komunikasi tersebut agar tercipta komunikasi yang efektif.

5.3 Rekomendasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyampaikan rekomendasi-rekomendasi untuk berbagai pihak, yaitu pihak PT. Indonesia Power UPJP Kamojang, masyarakat yang merupakan anggota UKM pelaksana program, serta rekomendasi untuk peneliti dan akademisi.

5.3.1 Rekomendasi untuk PT. Indonesia Power UPJP Kamojang

Dari hasil penelitian dan pembahasan, peneliti memberikan rekomendasi kepada PT. Indonesia Power UPJP Kamojang sebagai berikut.

1. Menambah interaksi dan komunikasi dengan pemangku kepentingan terkait agar tercipta hubungan yang baik sehingga tidak terjadi lagi kesalah persepsi satu sama lain.
2. Melakukan pendampingan dan monitoring yang lebih sering agar tujuan program yang diinginkan dapat tercapai sesuai dengan waktu yang ditentukan pula.
3. Memilah proposal yang masuk jika hendak memberi bantuan, sehingga tidak ada program yang tertunda karena masyarakat tidak serius dalam menjalankannya.
4. Bertindak tegas pada oknum yang berniat untuk memanfaatkan perusahaan dalam hal keuangannya.

5.3.2 Rekomendasi untuk Masyarakat anggota UKM

1. Menanamkan komitmen dalam diri masing-masing untuk menjalankan program CSR wirausaha agar bertanggung jawab pada setiap tugas yang harus dilakukan.
2. Tidak merasa iri terhadap kelompok masyarakat lainnya karena perbedaan bantuan didasarkan pada perbedaan potensi yang dimiliki oleh masing-masing masyarakat.
3. Melaksanakan program secara tuntas hingga masa evaluasi dengan membuat laporan kegiatan, tidak berhenti di tengah jalan dengan berbagai alasan.

5.3.3 Rekomendasi untuk Akademisi

1. Melakukan penelitian dalam fokus CSR di bidang lain serta di perusahaan yang berbeda untuk memberikan gambaran atau perbandingan model komunikasi CSR wirausaha yang telah dilakukan dalam penelitian ini.
2. Dapat memperdalam setiap topik penelitian berdasarkan model komunikasi Wit dan Schouten.