

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1.1.1 Pola Kemitraan Program CSR PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

Pelaksanaan kemitraan program CSR PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU dilaksanakan menggunakan pola asimetri yang sifat kemitraan dinamis dan multi dimensi yang sifatnya saling melengkapi menjadi sumber daya saing bagi Perusahaan yang saling bermitra. Kemitraan ini sesuai model *Mutualism Partnership* karena dua pihak sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kemitraan yaitu untuk saling memberikan manfaat dan mencapai tujuan secara optimal. Kemitraan yang terjalin memperhatikan aspek permodalan, pembinaan dan pemasaran yang disimpulkan bahwa permodalan dalam kemitraan inti plasma berupa bantuan peralatan usaha dengan memberikan bejana *Low Temperature High Pressure Cooker (LTHPC)*, dalam bidang bantuan peralatan usaha Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang belum memberikan bantuan permodalan peralatan usaha, melainkan memfasilitasi desain dan kemasan gratis agar UKM memiliki inovasi desain kemasan, karena *packaging* yang menarik meningkatkan daya jual produk UKM. Ruang lingkup pelaksanaan pembinaan meliputi bidang produksi dan pengolahan, sumber daya manusia dan teknologi.

Pembinaan produksi dan pengolahan telah diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan memberikan pengembangan produksi dan olahan melalui pelatihan diversifikasi agar pelaku UKM mampu meningkatkan produktivitasnya dengan menghasilkan berbagai macam produk berbeda dengan optimal. Sedangkan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

memberikan pembinaan produksi dan pengolahan melalui peningkatan kualitas infrastruktur dan peralatan produksi. Pembinaan SDM untuk memajukan bisnis UKM Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan memberikan pelatihan manajemen strategi kewirausahaan agar UKM berfokus untuk memperbaiki manajemen strategi kewirausahaan agar bisa membantu perusahaan dalam membuat strategi yang lebih baik. Sedangkan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memberikan pembinaan SDM yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi untuk mengembangkan dan menggali potensi yang dimiliki untuk meningkatkan produktivitas. Sementara, pembinaan teknologi baik Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memberikan pelatihan *digital marketing*. Pembinaan teknologi yang diberikan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang berupa pelatihan pemasaran melalui *digital marketing* aplikasi Gulo Asem Semarang. Sedangkan dan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memberikan pembinaan teknologi berupa penggunaan *e-commerce* yang meliputi penguatan kapasitas dalam pemasaran digital

Untuk meningkatkan pemasaran UKM yakni dengan memberikan fasilitasi pemasaran melalui promosi/pameran, sertifikasi. Fasilitasi pemasaran melalui promosi/pameran yang diberikan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU adalah pemasaran dalam bentuk bazar yang sudah dilaksanakan dengan baik, meskipun saat ini intensitas pelaksanaan pameran tidak terlalu banyak. Fasilitasi sertifikasi melalui sertifikasi halal yang diberikan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU memberikan dampak yang baik bagi kualitas produk usaha dan motivasi pelaku usaha. Melalui sertifikasi halal akan meningkatkan kepercayaan konsumen, meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan daya saing bisnis.

Perusahaan sudah melaksanakan tanggung jawab sosial kepada lingkungannya sesuai ketentuan cukup baik dimana pembina sudah melaksanakan kewajibannya untuk membina dengan baik sehingga UKM sebagai mitra binaannya mendapatkan banyak manfaat. Namun dengan banyaknya manfaat ini juga dapat mengakibatkan ketergantungan bagi pihak UKM untuk terus menempel menjadi mitra binaan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU. Kemitraan antara Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU belum optimal karena kurangnya intensitas pameran yang dilakukan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU menjadikan mitra binaan kesulitan untuk melakukan *branding* produk untuk dikenal masyarakat luas, meningkatkan kualitas produk usaha dan inovasi usaha.

Kemitraan melalui program CSR sudah bermanfaat dan membantu perekonomian masyarakat dalam meningkatkan usaha meskipun belum berjalan secara maksimal. Pelaksanaan kemitraan Dinas Koperasi dan UKM Kota Semarang dengan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU belum optimal karena belum ada pembagian kerja sehingga terjadi duplikasi kegiatan di lapangan. PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU termasuk dalam kategori CSR kelompok hijau karena Perusahaan memandang CSR tidak hanya sebagai suatu keharusan, tetapi merupakan media sosial untuk memberikan manfaat lebih bagi lingkungan di sekitarnya.

Pelaksanaan program CSR mitra binaan kurang dilibatkan dalam pengambilan keputusan karena komitmen Perusahaan inti masih lemah dalam memenuhi fungsi dan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang diharapkan plasma. Perusahaan belum menjalankan prinsip CSR *transparancy* bahwa apapun tindakan organisasi yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal harus dikomunikasikan secara detail latar belakang tindakan organisasi dan tujuannya dengan masyarakat sekitar. Informasi ini

penting sebagai bentuk pertanggung jawaban pada eksternal *stakeholder* secara transparan. Namun, secara keseluruhan implikasi kemitraan melalui program CSR sudah bermanfaat dan membantu perekonomian masyarakat dalam meningkatkan usaha meskipun belum berjalan secara maksimal.

5.1.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Kemitraan Program CSR PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU

Pelaksanaan kemitraan program CSR terdapat faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung internal adalah komitmen kuat untuk berkembang dan juga sumber daya yang dimiliki oleh PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU. Komitmen yang kuat adalah factor penting untuk keberhasilan program CSR, sedangkan sumber daya menurut Jefkins memiliki pengaruh yang harus dipertimbangkan dalam pencapaian tujuan. Semntara, Pendukung eksternal dari Perusahaan adalah respon positif dari masyarakat dari program CSR yang dilaksanakan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan Jefkins bahwa pelaksanaan CSR pada akhirnya bertujuan untuk membangun dan menjaga persepsi masyarakat agar selalu positif tentang perusahaan. Faktor penghambat internal Perusahaan dalam pelaksanaan program CSR adalah minimnya monitoring yang dilakukan PT. PLN Indonesia Power Semarang PGU, hal ini akan menyulitkan pengukutan keberhasilan program yang telah dilaksanakan. Penghambat eksternal Perusahaan adalah kesalah pahaman masyarakat yang sudah mengangao program CSR sebagai bantuan dari Perusahaan, sedangkan misi program CSR adalah menumbuhkan kemandirian masyarakat, hal ini aan menghambat tercapainya keberhasilan tujuan program CSR.

1.1 Rekomendasi

1. Diperlukan pembinaan manajemen teknologi produksi yang terkait dengan kemampuan mengelola faktor-faktor seperti dinamika pasar yang terpusat, diferensiasi dan diversifikasi atau data kebutuhan, pesaing, mitra kerja dan

konsumen yang pasti maupun potensial. Adanya manajemen produksi yang akan mengatur sumber daya yang diperlukan dalam mengelola biaya produksi, waktu dan tenaga kerja tujuannya untuk menghasilkan barang dan jasa dengan kualitas, kuantitas dan biaya yang tepat.

2. Evaluasi pelaksanaan program CSR untuk menilai dampak sosial dan lingkungan Perusahaan, serta upayanya untuk mempromosikan pembangunan berkelanjutan, perilaku etis dan hubungan positif dengan pemangku kepentingan. Tujuan evaluasi program CSR adalah untuk mengukur kinerja Perusahaan dalam memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungannya dan mengidentifikasi bidang-bidang yang dapat ditingkatkan praktiknya. Evaluasi menjadi hal penting karena membantu Perusahaan mengidentifikasi area yang dapat meningkatkan kinerja sosial dan lingkungan, memberikan transparansi dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan, serta dapat mendorong perubahan positif dengan mendorong Perusahaan untuk mengadopsi praktik yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab.
3. Segmentasi pasar berupa pengelompokan pasar yang disesuaikan dengan kemiripan, kesamaan, kebutuhan dan minat pelanggan. Sebelum memasarkan produk atau layanan tujuan segmentasi pasar adalah untuk menciptakan suatu produk atau layanan yang dibutuhkan masyarakat. Segmentasi pasar yang tepat akan menjadikan usaha menjadi lebih terarah, termasuk dalam menyusun bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Adanya pengelompokan pasar, maka usaha dapat mengarahkan dana dan usahanya ke dalam market yang potensial dan lebih menguntungkan.
4. Pembagian tugas dalam kemitraan agar tidak terjadi tumpang tindih kegiatan kemitraan sehingga tidak terjadi duplikasi kegiatan kemitraan di lapangan. Jika pembagian tugas diberikan dalam kemitraan maka pelaksanaan kemitraan akan terselenggara dengan baik sesuai rencana dan dapat

diketahui dengan jelas tujuan dari Kerjasama kemitraan antara pemerintah dan Perusahaan, tentunya lebih mempermudah pekerjaan baik sesuai rencana, serta memungkinkan kegiatan yang akan dilaksanakan menjadi lebih produktif