

BAB V

PENUTUP

Bab V dalam penelitian ini merupakan penutup yang menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian yang disusun berdasarkan analisis data yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Pada bagian awal, Peneliti memaparkan kesimpulan yang merangkum temuan utama penelitian terkait strategi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dalam manajemen reputasi perusahaan di kawasan *buffer zone*. Selanjutnya, dipaparkan implikasi penelitian yang menjelaskan kontribusi dari hasil temuan tersebut. Pada bagian akhir, disampaikan saran yang ditujukan sebagai saran yang diharapkan menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya, maupun pihak-pihak yang terkait dalam pengembangan praktik TJSL.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai TJSL dalam manajemen reputasi Pupuk Kaltim di kawasan *buffer zone*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi manajemen reputasi yang diterapkan oleh TJSL Pupuk Kaltim tertuju pada upaya membangun kredibilitas perusahaan melalui pemenuhan standar kualitas di bidang sosial dan lingkungan. Adanya instrumen resmi seperti PROPER Emas dan ISO 26000 menjadi sarana untuk menunjukkan kepada *stakeholder* bahwa aktivitas operasional perusahaan berjalan sejalan dengan kepentingan publik. Hal ini dinilai mampu membangun persepsi positif, sehingga perusahaan dilihat

sebagai organisasi yang kredibilitas dan berkomitmen tinggi terhadap pemberdayaan masyarakat di wilayah *buffer zone*.

2. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh TJSL berfokus pada keterbukaan, transparansi informasi, dan upaya membangun hubungan harmonis dengan masyarakat *buffer zone*. Melalui mekanisme pengajuan proposal, TJSL dapat menyelaraskan tujuan bisnis dengan kebutuhan ekonomi masyarakat. Keterbukaan informasi yang didukung oleh koordinasi rutin dengan pemerintah mampu mengurangi ketidakpastian informasi sekaligus meningkatkan kepercayaan masyarakat. Komunikasi dalam pelaksanaannya berperan menjadi media penyampaian informasi dan juga sarana untuk menumbuhkan kepercayaan, mengurangi potensi konflik, dan memperkuat relasi jangka panjang dengan para *stakeholder*, khususnya masyarakat *buffer zone*.
3. Secara keseluruhan, masyarakat di kawasan *buffer zone* (Kelurahan Guntung dan Kelurahan Loktuan) memberikan penilaian yang sangat positif terhadap pelaksanaan program TJSL. Hal ini terbukti dari hasil Survei Kepuasan Lingkungan (SKL) tahun 2024 yang mencapai skor 90,48 serta Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada program unggulan PKT BISA yang mencapai nilai konversi 93,46%. Legitimasi sosial diperoleh karena masyarakat merasakan manfaat nyata dalam bidang pendidikan (beasiswa), kesehatan, pemberdayaan UMKM, dan pengelolaan dampak lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan.

4. Program TJSL berperan penting dalam membentuk *Social License to Operate* bagi Pupuk Kaltim. Keberhasilan utama Departemen TJSL terlihat dari terjaganya kondisi sosial yang relatif stabil secara berkelanjutan, sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berlangsung tanpa hambatan berupa konflik maupun aksi protes dari masyarakat. Kondisi ini tercapai melalui kombinasi antara pemberian manfaat sosial yang berkelanjutan dan upaya komunikasi yang bersifat antisipatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dalam manajemen reputasi PT Pupuk Kalimantan Timur di kawasan *buffer zone*, perusahaan disarankan untuk terus mengoptimalkan proses evaluasi program secara komprehensif dengan memanfaatkan data hasil Survei Kepuasan Lingkungan (SKL), Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM), serta masukan langsung dari masyarakat melalui mekanisme monitoring dan evaluasi (monev). Evaluasi yang berbasis data dan aspirasi masyarakat ini penting untuk memastikan bahwa program yang dijalankan tidak hanya mencapai target output, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan aktual masyarakat serta menyesuaikan diri dengan dinamika sosial yang berkembang. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan sensitivitas terhadap isu lingkungan yang muncul, seperti kualitas udara dan kebisingan, melalui keterbukaan informasi serta respon yang cepat terhadap keluhan masyarakat, sehingga kepercayaan publik dapat terus terjaga.

Untuk meningkatkan kualitas pengelolaan reputasi, perusahaan perlu memperkuat keterlibatan masyarakat dalam seluruh tahapan program TJSL, tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pihak yang terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Pelibatan ini diharapkan dapat meningkatkan rasa memiliki masyarakat terhadap program yang dijalankan, sehingga program menjadi lebih relevan, tepat sasaran, dan berkelanjutan. Di samping itu, perusahaan juga perlu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih dialogis dan preventif melalui forum komunikasi dua arah, sosialisasi sebelum kegiatan operasional yang berpotensi menimbulkan dampak, serta pemanfaatan media digital sebagai saluran aspirasi. Pendekatan ini penting untuk mengurangi ketidakpastian informasi, mencegah munculnya kesalahpahaman, serta memperkuat hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat.