



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan fakta dan data yang dihimpun oleh peneliti dalam hasil penelitian dan pembahasan, peneliti mengambil kesimpulan merujuk pada permasalahan dan tujuan penelitian, sebagai berikut:

Program CSR DDP FFI merupakan perwujudan dari kewajiban dan *philanthropy* serta strategi bisnis untuk mendukung keberlangsungan hidup dari perusahaan. Program ini dibentuk sebagai kebutuhan FFI untuk mendapatkan kuantitas dan kualitas *supply freshmilk* sehingga dapat meningkatkan *market share* FFI.

Perencanaan program CSR DDP belum dilaksanakan secara maksimal oleh FFI terlihat dari langkah-langkah perencanaan program CSR DDP belum sepenuhnya sesuai dengan langkah-langkah perencanaan CSR menurut Coombs & Holladay. Hal tersebut disebabkan oleh adanya perbedaan persepektif pandangan mengenai isu yang menjadi kebutuhan antara FFI dengan koperasi dan peternak.

Pada tahap *scanning*, FFI berhasil mengidentifikasi tiga isu utama yang berkembang di lingkungan koperasi dan peternak antara lain higinitas, kualitas susu, dan pakan ternak. Dalam proses *scanning* tersebut, diketahui bahwa FFI tidak memperhatikan isu mengenai harga susu dan modal.

Monitoring yang dilakukan oleh FFI berdasarkan hasil pengamatan FFI dari program PSOM periode 2000 – 2004 di Lembang dan program pengembangan bagi 5.800 peternak sapi periode 2009 – 2011 di Pangalengan, serta program rutin yang dilakukan FFI (*training, mapping, dan Bewara*)

Berdasarkan hasil *scan and monitor*, maka dapat disimpulkan bahwa FFI tidak melaksanakan *formative research* untuk isu yang berkaitan dengan harga susu dan modal. Akibatnya, inisiatif program CSR DDP kurang mengakomodasi kebutuhan riil di lapangan, sekalipun telah dilakukan tetapi masih luput dari perhatian FFI.

Dalam mengkomunikasikan program CSR DDP, FFI menggunakan *company spokepeople*, antara lain tim DDP, koperasi, peternak di bawah binaan FFI, karyawan FrieslandCampina untuk membantu FFI dalam program *consultancy pool*, dan empat peternak Belanda dalam program *Farmer to Farmers*. FFI juga menggunakan taktik *Public Relations* melalui berbagai media terkontrol dan media tidak terkontrol, seperti brosur atau *leaflet, news release, corporate website, dan social media*.

Meskipun program CSR DDP masih belum sepenuhnya menjawab kebutuhan *riil* di lapangan, tetapi dari penjabaran sebelumnya, hasil evaluasi dari program CSR DDP menunjukkan respon yang cukup positif antara lain:

- a. Perubahan kualitas susu sapi yang sesuai dengan harapan FFI.
- b. Perubahan kebiasaan berternak menjadi lebih baik dan benar dari peternak yang telah dibina oleh FFI.

- c. Antusiasme dari peternak yang mengikuti setiap program CSR DDP yang dijalankan oleh FFI.

Feedback atau respon yang diberikan oleh peternak kepada FFI dalam bentuk harapan, yaitu masih belum adanya bantuan modal untuk pengembangbiakan sapi dan infrastruktur kandang sapi, serta kenaikan harga dasar *fresh milk* masih belum menjadi *concern* CSR dari FFI. Program CSR DDP merupakan program CSR jangka panjang yang merujuk pada harapan FFI dalam menciptakan *sustainable farming*.

Konsep CSR sendiri masih terbilang baru, maka tidak ada salahnya apabila dalam pelaksanaannya tidak hanya berdasarkan kehendak baik semata. Karena, tidak adanya panduan yang pasti dalam melaksanakan CSR, sehingga pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan masih belajar dari pengalaman keberhasilan program CSR yang telah dilakukan sebelumnya, baik perusahaan itu sendiri maupun mencontoh pada perusahaan lainnya.

4.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap program CSR DDP, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi PT Frisian Flag Indonesia dalam mengelola program CSR DDP, antara lain:

1. Mempertahankan program *demo farm*, sebagai sumber pengetahuan nyata untuk peternak lain yang belum dibina atau mengirimkan *fresh milk* kepada FFI.

2. Lebih memperhatikan dan melihat kepentingan dan kebutuhan dari perspektif *stakeholders* (koperasi dan peternak) dalam merencanakan program CSR DDP di periode berikutnya.
3. Bekerja sama dengan lembaga keuangan (*microfinance*) dalam memenuhi kebutuhan modal yang diperlukan oleh peternak. Dalam kerja sama tersebut, FFI dapat berperan sebagai penjamin agar peternak mendapatkan modal yang mereka butuhkan.

Pelaksanaan CSR saat ini tidak hanya dipandang sebagai bentuk perusahaan dalam mematuhi kewajiban hukum saja, tetapi juga CSR telah menjadi strategi bisnis. Oleh karena itu, peneliti juga memberikan saran untuk perusahaan-perusahaan lain agar dapat menjalankan program CSR yang lebih baik lagi, antara lain:

1. Membentuk Departemen *Corporate Social Responsibility* agar setiap program CSR yang dijalankan perusahaan lebih terfokus berdasarkan kebutuhan dari *stakeholders* maupun sasaran CSR dan program CSR yang dijalankan juga dapat terencana dengan baik.
2. CSR merupakan program berkesinambungan, maka efek atau hasil yang didapatkan tidak dirasakan secara langsung oleh perusahaan yang menjalankannya. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya menjalankan program CSR secara terus-menerus agar memperoleh banyak manfaat yang menguntungkan bagi perusahaan.