



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

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Pada awal mula berdirinya perusahaan, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. memandang kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai hal yang sama dengan *charity*. Seiring dengan perkembangan waktu, konsep *Corporate Social Responsibility* semakin meluas. PT Indofood Sukses Makmur Tbk. pun mencoba untuk menyesuaikan pemahaman perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility* dengan konsep *Corporate Social Responsibility* yang tengah berkembang. Saat ini, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. meyakini kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai salah satu *management tool* untuk memperoleh reputasi.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Indofood Sukses Makmur Tbk. telah diintegrasikan dengan *core business* perusahaan, serta dianggap sebagai jantung perusahaan. Pengimplementasian kegiatan *Corporate Social Responsibility* juga telah diintegrasikan dengan visi, misi, nilai, serta strategi yang ada dalam tubuh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun CSR dilakukan untuk kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat, tetapi tetap tidak dapat dipisahkan dengan orientasi perusahaan untuk mencari keuntungan.

Program Indofood Riset Nugraha sebagai salah satu Program *Corporate Social Responsibility* unggulan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. menjadi sebuah studi kasus yang dapat menunjukkan pemahaman dan pengimplementasian CSR di PT Indofood Sukses Makmur Tbk secara jelas. Dijalankannya Program IRN

dengan dilandaskan kepada motif sosial, ekonomi, dan sistem. Tidak hanya *spirit* perusahaan untuk membantu masyarakat, program ini juga dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban hukum perusahaan untuk melakukan CSR. Di samping itu, program ini pun dilakukan dalam rangka pencarian *profit* perusahaan. Hal ini mempertegas pemahaman yang menyatakan bahwa CSR merupakan strategi bisnis yang tidak dapat dipisahkan dengan kelangsungan hidup perusahaan.

5.2 SARAN

Saran dapat terbagi menjadi tiga, yaitu saran bagi penelitian sejenis selanjutnya, saran untuk PT Indofood Sukses Makmur Tbk. selaku subjek penelitian, dan saran bagi perusahaan-perusahaan lain yang dapat langsung diterapkan di lapangan.

5.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Membuat penelitian yang dapat membandingkan implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* di antara perusahaan kompetitif (*profit oriented*) dan non-kompetitif (*non-profit oriented*). Melalui penelitian seperti ini, pembaca yang tertarik untuk mendalami dunia *Corporate Social Responsibility* dapat semakin mempelajari mengenai makna dan implementasi yang ideal untuk dilakukan di organisasi ataupun perusahaan masing-masing.
- b. Memilih narasumber penelitian yang memungkinkan. Terkadang, ada beberapa perusahaan yang tidak terbuka dalam memberikan

data, sekalipun data yang diminta peneliti adalah data yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, jauh lebih baik apabila peneliti telah mengkonfirmasi kesediaan narasumber penelitian terlebih dahulu, baru mulai menyusun proposal penelitian dan mengembangkannya dalam penelitian ilmiah. Melalui hal ini, peneliti dapat lebih efektif dan efisien dalam membuat penelitian, baik dari segi waktu maupun tenaga.

- c. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat bermanfaat bagi penelitian kualitatif, sehingga tidak boleh diabaikan. Jangan hanya menganggap teknik wawancara mendalam sebagai teknik utama dalam mengumpulkan data lapangan. Sebab, dengan melakukan observasi, hal-hal yang tidak terpikirkan dalam wawancara dapat ditemukan. Hal-hal yang tidak terjawab dalam wawancara juga bisa diperoleh. Hal-hal yang barangkali baru akan terpikirkan ketika sedang menyusun Bab IV bisa didapatkan terlebih dahulu.

5.2.2 Saran untuk PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

- a. Menambah jumlah pekerja di departemen *Corporate Social Responsibility*. Saat ini, untuk menangani lima pilar *Corporate Social Responsibility*, PT Indofood Sukses Makmur Tbk. hanya memiliki tujuh Sumber Daya Manusia. Alangkah baiknya jika perusahaan menambah jumlah Sumber Daya Manusia agar masing-masing pilar *Corporate Social Responsibility* dapat ditangani dengan lebih maksimal. Sebab, pembentukan pilar-pilar *Corporate*

Social Responsibility saja telah menjadi nilai lebih dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

b. Melakukan inovasi terhadap Program Indofood Riset Nugraha.

Setiap tahunnya, Program Indofood Riset Nugraha telah memiliki tahapan kegiatan yang harus dilalui. Ini merupakan hal yang baik agar para peserta telah mengetahui terlebih dahulu kegiatan apa saja yang akan mereka lakukan. Namun, akan lebih baik lagi jika di setiap periodenya terdapat satu kegiatan baru di luar runtutan kegiatan yang telah ada. Sebagai contoh, dalam Program Indofood Riset Nugraha Periode 2013-2014 kali ini telah terdapat Simposium Pangan Nasional dan Seminar Sehari yang bukan merupakan kegiatan rutin dari Program Indofood Riset Nugraha. Di Program Indofood Riset Nugraha Periode 2014-2015, Perusahaan dapat juga melakukan kegiatan tambahan lain. Misalnya membentuk Focus Group Discussion (FGD) yang mempertemukan seluruh mahasiswa dan Tim Pakar untuk membicarakan mengenai kondisi ketahanan pangan nasional ataupun masalah-masalah pangan nasional lainnya.

5.2.3 Saran untuk Perusahaan-Perusahaan Lain

- a. Sudah saatnya perusahaan-perusahaan mulai memandang kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai kesatuan dengan kegiatan usaha yang ditekuni perusahaan. Dengan mengintegrasikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* bersama visi, misi, nilai, serta strategi perusahaan, maka kegiatan *Corporate Social*

Responsibility dapat menjadi *intangible asset* dan investasi jangka panjang bagi perusahaan.

- b. Membentuk Departemen *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan. Pembentukan Departemen *Corporate Social Responsibility* membuat perusahaan dapat mengelola kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan lebih terencana dan tersistemasi. Hal ini penting untuk dilakukan karena Program *Corporate Social Responsibility* mampu membawa manfaat yang sangat besar bagi perusahaan, masyarakat, maupun negara.
- c. Pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* tidak membawa manfaat yang dapat langsung dirasakan. Sebab, kunci dari *Corporate Social Responsibility* adalah *sustainability* atau kesinambungan. Artinya, *Corporate Social Responsibility* perlu dilakukan terus menerus agar dapat membawa *sustainability* pula bagi kelangsungan hidup perusahaan. Pembentukan dan pengelolaan reputasi yang merupakan salah satu manfaat utama dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* juga menghabiskan waktu yang tidak sedikit. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya tidak mengharapkan hasil yang instan dari pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.