



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

5.1. Simpulan

PT Bank Maybank Indonesia Tbk (Maybank Indonesia) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perbankan. Perusahaan tersebut memiliki yayasan nirlaba yakni Maybank *Foundation* dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) terhadap masyarakat. Salah satu program CSR yang diteliti adalah program *Reach Independence & Sustainable Entrepreneurship* (RISE) yang bekerja sama dengan People System Consultancy. Program RISE membantu kaum marjinal seperti penyandang disabilitas dan komunitas terpinggirkan agar dapat mandiri secara finansial.

Berdasarkan proses pengumpulan data dan hasil penelitian yang dikaitkan dengan kerangka pemikiran, dapat disimpulkan bahwa:

1. Maybank Indonesia menerapkan *CSR Process Model* menurut Coombs & Holladay. Maybank Indonesia menerapkan tahap *scan & monitor* berdasarkan riset aspek keberlanjutan, keselarasan dengan 5 pilar CR perusahaan, serta dimensi *impact* dengan pertimbangan program RISE mampu meningkatkan ekonomi peserta juga daerah usaha peserta tersebut. Tetapi tidak ada *scope of research* dari *CSR concerns*, atau *stakeholder analysis*. Dalam tahap *formative research*, tidak terdapat analisa SWOT dari Maybank Indonesia sehingga pemahaman

mengenai posisi perusahaan terhadap CSR *concern* RISE kurang maksimal. Setelah menentukan CSR *initiatives*, Maybank Indonesia menetapkan *process objectives* dan *outcome objectives*. Pada tahap *communicate CSR initiative*, Maybank Indonesia menitikberatkan *press release* media sebagai *channel* peliputan. Selain *press release*, bentuk komunikasi terhadap *stakeholders* tetap melalui *channel* seperti perusahaan lainnya yakni *website*, *Annual Report*, serta *Sustainability Report*. Evaluasi dan *feedback* terhadap program disesuaikan dengan *objectives* yang telah ditetapkan sebelum eksekusi program.

2. Maybank Indonesia memisahkan fungsi CSR dengan fungsi *Public Relations* menjadi 2 divisi. Kedua divisi kemudian bekerja sama dalam strategi komunikasi program CSR terhadap *stakeholders*. Divisi *Public Relations* bertanggung jawab untuk mengirimkan surat pemberitahuan mengenai program serta undangan *launching* dari program CSR yang ada. Peran *Public Relations* di perusahaan sebagai *communication technician* yang menyusun *press release* untuk peliputan media. Akan tetapi, metode komunikasi yang digunakan oleh divisi tersebut seakan menjadi bentuk *media relations* yang menyuguhkan informasi untuk media, bukan mengkomunikasikan program CSR.
3. Program CSR yang dilaksanakan dengan baik dapat berdampak baik pula terhadap reputasi perusahaan. Banyaknya program CSR yang dimiliki Maybank Indonesia akan membentuk reputasi di mata *stakeholders*, sehingga kegiatan CSR bukan lagi sekedar tanggung

jawab melainkan kebutuhan bagi perusahaan. Pengadaan program CSR seperti RISE dapat memberikan bantuan secara nyata pada kaum marjinal seperti penyandang disabilitas dan komunitas terpinggirkan bahkan menginspirasi sesama. Akibatnya, *stakeholders* dapat menilai Maybank Indonesia melebihi ekspektasi mereka. Maybank Indonesia juga dapat memperoleh kepercayaan walau bank tersebut merupakan perusahaan asing. Namun, Maybank Indonesia dalam melakukan *stakeholders engagement* kurang maksimal karena terlihat terlalu fokus pada *media engagement*. Oleh karena itu, pelaksanaan program CSR yang seharusnya bisa membantu mengelola reputasi Maybank Indonesia jadi tidak termanfaatkan dengan baik.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Corporate social responsibility seringkali dalam praktiknya tidak sesuai dengan teori. Perusahaan yang berusaha memenuhi bahkan melebihi ekspektasi *stakeholders* terkadang terlalu fokus untuk menyampaikan kegiatan CSR pada *stakeholders*. Padahal CSR seharusnya bentuk tanggung jawab perusahaan pada masyarakat sebagai *good corporate citizen*, bukan bentuk publisitas.

Akademisi perlu semakin sering mengkaji mengenai CSR sehingga pelaksanaan CSR tidak menjadi sekedar kepatuhan hukum atau bentuk tanggung jawab. Selama melakukan penelitian, ditemukan juga banyak ahli

yang mengemukakan reputasi perusahaan dapat terbentuk melalui pelaksanaan CSR yang baik. Maka, saran untuk penelitian selanjutnya adalah diulas menggunakan penelitian kualitatif sehingga dapat memperjelas tahapan perencanaan juga pelaksanaan kegiatan CSR suatu perusahaan.

5.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan di atas, berikut terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan Maybank Indonesia dalam merencanakan strategi CSR ke depannya, yaitu:

1. Menganalisa SWOT dan *stakeholders* perusahaan terhadap CSR *concern* yang akan diangkat nantinya sehingga lebih memperdalam perencanaan CSR yang strategis. Perencanaan juga disertai standar keberhasilan perusahaan yang menjadi tolak ukur Maybank ketika mengadakan evaluasi program RISE. Dengan demikian, evaluasi dari Maybank akan memperlihatkan perusahaan tidak sekedar menjalankan kegiatan CSR tetapi memiliki target-target pencapaian.
2. Lebih memanfaatkan *channel* selain media dalam mengkomunikasikan program CSR kepada *stakeholders* sehingga semakin meningkatkan kredibilitas dan akuntabilitas perusahaan. Misalkan melalui *employee*, *social media*, atau *external stakeholders*. Lalu untuk penyuguhan informasi program CSR di *website* Maybank *Foundation* bisa lebih beragam bentuk dibandingkan testimoni sehingga terkesan

approachable dan menarik rasa ingin tahu *stakeholders*. Selain itu, penyuguhan informasi bisa diperbanyak salurannya dengan membuat akun resmi Instagram yang berfokus dalam mengkomunikasikan kegiatan CSR Maybank *Foundation*.

3. Perlu lebih melibatkan karyawan dalam pelaksanaan program CSR sehingga kegiatan CSR lebih memperlihatkan adanya *voluntary* dari Maybank Indonesia untuk berkontribusi dalam masyarakat. Keterlibatan dalam program RISE khususnya bisa diperbanyak seperti ikut menjadi *mentor* peserta. Selain itu, Maybank Indonesia perlu mengkaji pemberian materi pada peserta program RISE sehingga tidak berkesan seperti *product knowledge* daripada *financial literacy*.