



### **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

Bab ini memaparkan simpulan dan saran yang di dapat dari hasil penelitian dan pembahasan untuk digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian, yaitu Strategi CSR dalam program CSR Program Pasar Sejahtera Yayasan Danamon Peduli.

#### 5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan pada tujuan dan fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Proses *scanning and monitoring* yang dilaksanakan oleh Danamon Peduli terlihat dari program yang telah dijalankan sebelumnya yakni gotong royong dan DSP yang dibantu oleh relawan Danamon. Danamon Peduli mengevaluasi bahwa kegiatan gotong royong tidak banyak membantu dalam menyejahterakan pasar secara keseluruhan maka dibentuklah program Pasar Sejahtera.
2. Proses *formative research* dilaksanakan Danamon Peduli dengan diawali tes beberapa pasar berdasarkan modul Pasar Sejahtera untuk dijadikan *pilot project*. Pemilihan pasar dampangan dilihat dari area kerja Danamon Simpan Pinjam yang paling baik keadaannya, yang mana telah berlangsung sebelumnya. Terdapat tujuh pasar dampangan, yang mana empat pasar masih didampangi, sedangkan tiga sisanya telah

diserahterimakan kepada pemerintah daerah. Empat pasar dampingan yang masih dibina antara lain Pasar Ibu, Pasar Bunder, Pasar Baru di Kabupaten Probolinggo, Pasar Lambocca. Sedangkan pasar yang telah diserahkan kepada pemerintah daerah antara lain Pasar Karangwaru, Pasar Grogolan, dan Pasar Baru di Kota Probolinggo.

3. Proses *create CSR initiative* dilaksanakan oleh Danamon Peduli. Danamon Peduli ikut melibatkan *stakeholders* eksternal dalam membuat perencanaan program Pasar Sejahtera ini seperti komunitas-komunitas yang ada di pasar dampingan. Hal ini dilakukan guna membantu dalam implementasi program Pasar Sejahtera. Setelah menentukan program yang akan dilaksanakan, Danamon Peduli kemudian mulai membuat langkah-langkah strategis dalam mengimplementasikan program Pasar Sejahtera. Dengan mulai menentukan bagaimana proses pelaksanaannya, cara menyosialisasikan dan mengomunikasikan program, pesan yang akan diangkat, hingga subprogram Pasar Sejahtera seperti kampanye Festival Pasar Rakyat dan Anugerah Pancawara. Sedangkan keterlibatan *stakeholder* internal seperti pelatihan koperasi yang dibimbing oleh karyawan Danamon lokal.

4. Proses *communicate CSR initiative* juga dilaksanakan oleh Danamon Peduli. Proses komunikasi dilakukan dengan berbagai cara. Tiga cara utama yakni *press release*, penyampaian berita mengenai capaian dan perkembangan program; *press conference*, penyampaian informasi program yang menarik dan mempunyai nilai berita secara langsung,

disertai sesi tanya jawab; *media visit*, memfasilitasi kunjungan awak media ke lokasi kegiatan ataupun Danamon Peduli yang berkunjung ke redaksi media. Maka dari itu, pada tahun 2017, tercatat 374 editorial artikel dari berbagai media cetak dan online baik skala nasional maupun lokal dengan *PR Value* lebih dari Rp15,6 miliar. Selain itu, Danamon Peduli menggunakan berbagai strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan program Pasar Sejahtera. Danamon Peduli memanfaatkan berbagai media baik cetak maupun elektronik untuk mencapai target sasarannya. Pada perencanaannya, penyusunan dan penyampaian serta pesan yang akan diangkat berkoordinasi dengan *Corporate Communication* sebagai divisi yang bertanggung jawab dalam komunikasi perusahaan. Kegiatan komunikasi yang dilakukan ini nantinya akan berdampak pada reputasi perusahaan. Selain itu dapat menyebarluaskan program Pasar Sejahtera sehingga semakin dikenal masyarakat.

5. Tahap *evaluation and feedback* oleh Danamon Peduli melalui pihak ketiga yang dipercaya yayasan, biasanya dari institusi akademis yaitu Bina Swadaya, Atma Jaya, dan di tahun 2018 akan memakai SWA untuk proses evaluasi. Danamon Peduli melakukan evaluasi berkala yang bekerja sama dengan pihak ketiga yang kompeten dan independen untuk menjalankan evaluasi. Dampak yang paling signifikan dari CSR Pasar Sejahtera untuk Danamon adalah *image*. Hal ini terukur dari bahwa 86% responden menjawab bahwa CSR memberikan kontribusi terhadap nama baik Danamon. Kemudian 76% menjawab bahwa mereka akan

mempertimbangkan untuk menjadi nasabah Danamon. Penunjukkan pihak ketiga sebagai evaluator dimaksudkan untuk menjamin akuntabilitas pelaksanaan program CSR dan pihak ketiga tersebut dianggap lebih kredibel dalam mengevaluasi program.

## **5.2 Saran**

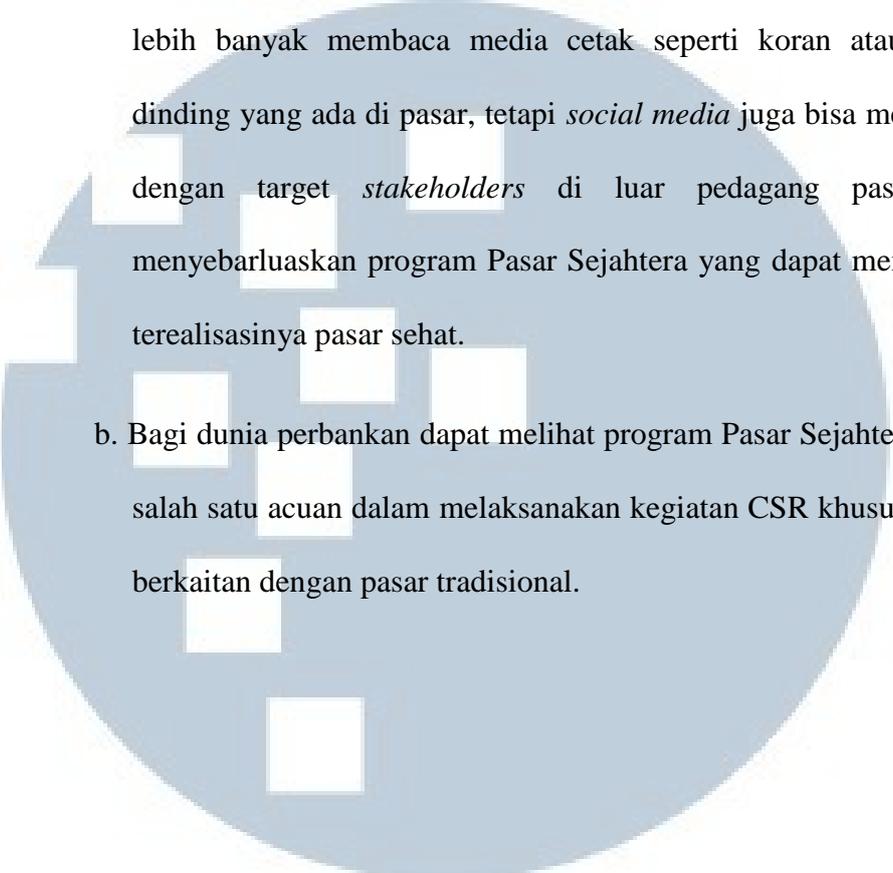
Setelah melaksanakan penelitian dan menarik kesimpulan, berikut beberapa saran yang kiranya menjadi bahan pertimbangan terkait program CSR Pasar Sejahtera yang dilaksanakan oleh Yayasan Danamon Peduli.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Melakukan penelitian lanjutan baik dengan metode kuantitatif maupun kualitatif untuk memperdalam dan menambah ilmu mengenai CSR revitalisasi pasar yang tidak hanya melalui studi kasus tetapi bisa dilakukan juga dengan metode lain seperti survei.

### **5.2.2 Saran Praktis**

- a. Bagi Danamon Peduli, semakin memperluas pelaksanaan program Pasar Sejahtera dengan melibatkan lebih banyak pasar tradisional sebagai pasar dampingan sehingga semakin cepat proses revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan sesuai dengan program pemerintah Nawacita. Selain itu, Danamon Peduli perlu menjangkau pula *social media* melihat tren yang sedang berkembang belakangan ini. Walaupun pengguna *social media* tidak sebanyak media cetak khususnya bagi pedagang pasar sebagai *stakeholder* utama yang



lebih banyak membaca media cetak seperti koran atau majalah dinding yang ada di pasar, tetapi *social media* juga bisa menjadi alat dengan target *stakeholders* di luar pedagang pasar untuk menyebarkan program Pasar Sejahtera yang dapat mempercepat terealisasinya pasar sehat.

- b. Bagi dunia perbankan dapat melihat program Pasar Sejahtera sebagai salah satu acuan dalam melaksanakan kegiatan CSR khususnya yang berkaitan dengan pasar tradisional.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA