

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Riset ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi dan implementasi *shared value* pada CSR PT Bank Central Asia Tbk di Desa Binaan Wukirsari Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis kualitatif yang dilakukan, penting untuk menyelenggarakan CSR strategis yang memiliki orientasi pada pembangunan berkelanjutan kedua belah pihak. Berikut adalah kesimpulan berdasarkan pertanyaan dan tujuan penelitian.

##### 5.1.1. Tahapan Komunikasi CSR PT BCA di Desa Binaan Wukirsari Yogyakarta

Hasil mengindikasikan bahwa perencanaan strategis dibutuhkan untuk mencapai tujuan dengan melihat terlebih dahulu permasalahan, keinginan, kebutuhan, dan potensi yang ada dari Desa Binaan Wukirsari. Potensi budaya dan SDM yang dimiliki menjadikan BCA hadir sebagai pendamping dan katalisator dalam mewujudkan desa wisata. Kolaborasi dilakukan secara dua arah melalui berbagai *meeting*, dialog, pelatihan, inovasi dengan tujuan membentuk Wisata Wayang Wukirsari menjadi destinasi wisata berkelanjutan dengan kunjungan rutin dan pemasaran produk strategis. Segala hal ini dikomunikasikan dengan bantuan tim *corporate communication* menggunakan media bauran konvensional dan modern. Pesan yang dikomunikasikan berfokus pada *news value* dan pendekatan terhadap media sebagai katalisator utama dalam penyebaran informasi. Terkait dengan *stakeholder engagement*, penciptaan nilai bersama yang ditujukan BCA adalah citra (dimensi moral) dan penyelesaian masalah (dimensi pragmatis), sementara nilai ekonomi (dimensi strategis) dianggap sebagai bentuk *co-advantage/ side effect* yang muncul.

Persiapan SDM secara matang diimbangi dengan pemberian infrastruktur. BCA memberikan pelatihan dan sarana prasarana guna memberikan transparansi dan meminimalisir adanya penyalahgunaan. Tahapan yang dilakukan BCA adalah memberikan pelatihan kelembagaan dan *teamwork* agar terbentuk kepemimpinan tim yang solid. Setelah itu barulah masuk pada pelatihan keahlian dengan mengikuti kalender pembinaan dan *budget* yang ditetapkan oleh manajemen dan tim CCR per tahunnya.

Implikasi dari tahapan komunikasi CSR adalah perencanaan yang penting dilakukan dengan mengutamakan aspek kolaboratif. Pemilihan dilakukan dengan mempertimbangkan profil *stakeholder* dan potensi yang dimiliki desa, untuk kemudian menasar pada *long term goals* mereka dan bekerja sama dalam mengomunikasikan hal ini pada publik.

#### 5.1.2. Implementasi *Shared Value* pada CSR dan *Stakeholder Engagement*

Keunggulan CSR BCA dibandingkan *peer banks* lainnya ada di aspek *creating shared value* dengan menekankan pada pengembangan kapasitas sumber daya manusia yang bersifat lebih jangka panjang dan *sustain*. Perencanaan CSV dilakukan sesuai dengan *core business*, visi, misi, dan tata nilai BCA. Strategi yang dilakukan selaras dengan karakteristik CSV yaitu memahami produk dan pasar kembali dengan melihat kondisi masa kini. BCA meningkatkan *skill* pengelola Wisata Wayang Wukirsari dalam memanfaatkan teknologi dengan menggunakan media sosial sekaligus menyalurkan produk desa binaan melalui *market place* Blibli yang merupakan grup BCA. SDM dikuatkan pada aspek pelayanan, inovasi, dan kreativitas. Nilai tambah lainnya adalah *teamwork* yang solid di mana seluruh pihak harus dapat saling bekerja sama dalam memberikan *continuous pursuit of excellence*.

Karakteristik lainnya adalah meminimalisir dan memanfaatkan kembali sumber daya untuk menghemat proses, seperti memberikan edukasi terkait *eco enzyme* dan pengelolaan sampah pada masyarakat desa. Saat ini CSR perusahaan menjadi semakin fokus dalam melibatkan komunitas dan kerja

sama yang bersifat mutualisme, senantiasa berefleksi untuk menjadi lebih baik lewat studi banding dan kerja sama antar kluster yang memiliki *core competency* di bidangnya sehingga BCA dapat berfokus pada *monitoring* program dan strategi CSR. Evaluasi menunjukkan keberhasilan program dengan masyarakat yang paling utama terdampak.

Studi mengindikasikan adanya korelasi antara CSV dan *stakeholder engagement*. Penerapan CSV di BCA terkait *stakeholder engagement* ditunjukkan dengan adanya komunikasi dua arah dan *mutual understanding* antara perusahaan dan *stakeholder*. Keduanya mengembangkan inisiatif untuk menciptakan nilai bersama melalui dialog konstruktif yang merujuk pada tujuan, kegiatan, dan dampak hubungan secara moral, strategis, serta pragmatis. Pelatihan jangka panjang yang dilakukan BCA bertujuan tidak hanya menasar pada perubahan pengetahuan, tetapi juga sikap dan perilaku. Tantangan dan permasalahan yang ada diubah menjadi solusi terkait *sustainable development* sehingga meningkatkan *shared value* bagi keduanya.

Dapat disimpulkan bahwa BCA berhasil menerapkan CSV pada program komunikasi CSR-nya dengan melibatkan *stakeholders* sehingga penelitian ini berkontribusi dalam eksplorasi kesuksesan penciptaan nilai bersama tersebut dalam konteks komunikasi. Kebaruan yang didapat adalah program-program CSR yang mengandung CSV dalam dialog dua arah yang bermanfaat dan memberikan nilai baik bagi desa dari segi kemajuan dan peningkatan pendapatan, maupun membawa kontribusi bagi BCA baik secara moral, strategis, dan pragmatis. BCA memosisikan dirinya sebagai mitra desa yang sejajar, mendapat manfaat kredibilitas dan citra baik dari *stakeholders*. Investasi CSV pada aktivitas CSR dapat berkontribusi baik pada pemakaian jasa kembali, *word-of-mouth* positif, dan potensi pelanggan/ penggunaan produk di masa depan.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengelaborasi lebih lanjut mengenai konsep CSV yang tidak terbatas pada karakteristik saja, seperti proses CSV, serta penerapan CSV pada industri yang berbeda; serta konsep mengenai *corporate sustainability* berbasis *sustainable development goals*. Terkait dengan keterbatasan penelitian, saran yang dapat diberikan adalah eksplorasi penelitian menggunakan jenis dan metode penelitian lainnya, seperti penelitian kuantitatif yang dapat merepresentasikan hasil general dan melibatkan warga desa yang lebih banyak/ populasi yang lebih luas, ataupun teknik pengumpulan data seperti *focus group discussion* untuk mengeksplor objek desa binaan/ mengelaborasi penerapan CSV perusahaan pada masyarakat.

### 5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis adalah agar praktisi *corporate communication* dan tim yang bergerak di bidang *corporate social responsibility* dapat mengaplikasikan CSV dalam pelaksanaan CSR untuk meningkatkan *stakeholder engagement* yaitu:

- a. Mengedepankan komunikasi dua arah dan perencanaan strategis yang dilakukan bersama dengan *stakeholder*.
- b. Agar praktisi dapat merancang program yang sesuai, saran yang dapat diberikan adalah adaptasi mengikuti perkembangan produk dan pasar terbaru, keselarasan menjalankan CSR dengan bisnis inti perusahaan dan melibatkan komunitas.
- c. Memberikan fasilitas yang lebih mengarah pada pengembangan keahlian/ karakter *stakeholder*.
- d. Implementasi program CSR yang mengandung nilai tambah bagi perusahaan dan *stakeholder* akan memberikan manfaat

lebih, khususnya bagi generasi ke depan yang menilai korporasi sebelum membuat keputusan pembelian dan investasi.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA