

PENGARUH PELAKSANAAN PROGRAM KEMITRAN TERHADAP CITRA PT. PEGADAIAN KANWIL XI KOTA BANDUNG

Fatimah¹, Refi Rifaldi W.g.st.², Mba³

¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Telkom

Abstrak

ABSTRACT This study aims to determine how the influence of the implementation of partnership program to corporate image PT. Pegadaian Regional Office XI Bandung. The independent variables studied are coaching (PEMB) and credit (PK), while the dependent variables are personality (PERS), reputation (REP), value / ethics (VE) and corporate identity (CI). The population in this study are those foster partners in PT Pegadaian Regional Office XI Bandung and the samples that taken to conduct this study is 100 respondents using disproportionate stratified random sampling. The data analysis technique used in this fieldwork is partial least square modeling (PLS) After reviewing each set of independent variables and their effects on each set of dependent variables, it is seen that indeed the implementation of the partnership program as a CSR activity undertaken by PT. Pegadaian Regional Office XI Bandung proven influence on corporate image. The average influence of coaching (PEMB) is greater than credit (PK) to each of dependent variables in this study which are personality (PERS), reputation (REP), value / ethics (VE) and corporate identity (CI).



Telkom
University

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Bidang Usaha

PT. Pegadaian adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa. Pegadaian Negara pertama kali didirikan di kota Sukabumi Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901.

Sejarah Pegadaian dimulai pada saat Pemerintah Penjajahan Belanda (VOC) mendirikan *Bank Van Leening* yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746.

Pada masa awal pemerintahan Republik Indonesia, Kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen). Kemudian Kantor Jawatan Pegadaian dipindah lagi ke Magelang. Setelah perang kemerdekaan Kantor Jawatan Pegadaian kembali lagi ke Jakarta dan Pegadaian kembali dikelola oleh Pemerintah Republik Indonesia. Sampai saat ini Pegadaian sudah beberapa kali berubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (Perum) dan per tanggal 1 April 2012 lalu Perum Pegadaian berubah status menjadi Perseroan Terbatas hingga saat ini.

Usia Pegadaian telah mencapai lebih dari seratus tahun. Pegadaian membawa misi *public service obligation* yang direalisasikan dengan memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk pajak dan bagi keuntungan kepada Pemerintah.

1.1.2 Logo Perusahaan

Identitas korporat baru Pegadaian terdiri dari kombinasi teks “PEGADAIAN” dengan simbol “pohon dan timbangan” yang mencerminkan melindungi, bersahabat, transparan, mudah dan kokoh.

Gambar 1.1
Logo PT.Pegadaian



Sumber: pegadaian.co.id

1. Pohon rindang dalam logo PT. Pegadaian memiliki arti melindungi dan membantu masyarakat, serta senantiasa bertumbuh dan berkembang, mencerminkan keteduhan. Warna hijau merupakan warna gratis yang akrab dengan masyarakat kecil.
2. Timbangan berwarna hitam menggambarkan keseimbangan dan keterbukaan dalam pelayanan serta menjunjung tinggi kejujuran.

3. Teks “*PEGADAIAN*” dengan menggunakan huruf miring menggambarkan kesederhanaan, kepraktisan dan kemudahan, dinamis, terus bergerak maju. Sedangkan huruf balok melambangkan keteguhan dan kekokohan.
4. Untuk menambah semangat kerja seluruh pegawainya, PT. Pegadaian mempunyai slogan yang dipegang teguh, yaitu “**MENGATASI MASALAH TANPA MASALAH**”. Slogan ini mencerminkan ciri utama pelayanan PT. Pegadaian, yaitu mengatasi masalah keuangan atau kebutuhan dana dalam pelayanan dalam waktu yang relative singkat dan tidak menuntut persyaratan administrasi yang menyulitkan.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Pegadaian pada tahun 2013 menjadi “*Champion*” dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai bagi masyarakat golongan menengah kebawah.

b. Misi Perusahaan

PT. Pegadaian merumuskan misi perusahaan menyangkut batasan bidang bisnis yang akan digarap, sasaran pasar yang dituju dan upaya peningkatan kemanfaatan PT. Pegadaian kepada *stakeholders*. Rumusan misi PT. Pegadaian dinyatakan dengan kalimat sebagai berikut:

1. Membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah kebawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui penyaluran pinjaman kepada usaha skala mikro dan menengah atas dasar hukum gadai,
2. Memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan melaksanakan tata kelola perusahaan yang baik secara konsisten,
3. Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya.

1.1.4 Tujuan dan Sasaran Perusahaan

Tujuan dan sasaran Perum Pegadaian adalah untuk memberikan kemudahan bagi pengusaha mikro dan kecil. Peranan usaha mikro dan kecil perlu lebih ditingkatkan dengan tersedianya pendanaan yang cepat dan aman.

1.1.5 Job Description Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL)

Unit PKBL Pegadaian Kantor Wilayah XI Kota Bandung berada dibawah pembinaan Sekretaris Perusahaan dengan Direktur Pengembangan Usaha yang dalam pelaksanaannya bertanggungjawab kepada Pemimpin Wilayah dibawah pembinaan Manajer OPP dan dilaksanakan oleh Asisten Manajer PKBL. Melalui unit ini, berbagai bentuk kegiatan yang mengutamakan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dilakukan oleh PT. Pegadaian sebagai bagian dari pelaksanaan peran sosial perusahaan kepada masyarakat.

Dalam perkembangannya, pembiayaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan tersebut sesuai dengan persetujuan pemilik perusahaan yaitu dapat dibiayai dari pos mata anggaran Uang Kelebihan Lelang (Ukel) kadaluwarsa atau yang similar dengan itu dan juga oleh penyisihan laba perusahaan. Setiap program dan kegiatan dilaksanakan dengan terencana, terintegrasi dan terkoordinir serta didukung dengan regulasi yang memadai sehingga diperoleh hasil yang optimal.

PKBL adalah unit organisasi khusus yang mengelola Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang merupakan bagian dari PT. Pegadaian serta bertanggung jawab kepada Direksi PT. Pegadaian.

Program Kemitraan direalisasikan melalui pemberian pembinaan dan bantuan dana perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Melalui program ini PT. Pegadaian menjalin kerja sama usaha dengan usaha kecil yaitu kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam SOP, dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

Program Bina Lingkungan diperuntukkan bagi korban bencana alam serta perbaikan prasarana dan sarana masyarakat yang membutuhkan di lingkungan Kantor Pegadaian. Penyerahan bantuan Bina Lingkungan tidak berupa uang melainkan harus berwujud bahan-bahan kebutuhan seperti sembako, bahan bangunan, alat tulis dan

lainnya (*Company Profile* PT. Pegadaian tahun 2010 & SOP PKBL Pegadaian).

1.1.6 Mitra Binaan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung

Objek penelitian ini adalah mereka yang menjadi mitra binaan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung yang tersebar di 14 Kota di Jawa Barat. Mitra binaan adalah usaha kecil yang mendapatkan pinjaman dan/atau bantuan pembinaan dari program kemitraan (SOP PKBL Pegadaian : IC1).

Jenis bidang usaha mitra binaan dapat berupa industri atau kerajinan yang memiliki tempat dan alat berproduksi; pertanian, peternakan, pertambakan yang memiliki lahan sawah, kebun, ternak dan tambak sendiri; dan jasa yang memiliki tempat, alat menjual jasa dan minimal mempunyai tiga orang tenaga kerja.

Syarat calon mitra binaan untuk memperoleh dana program kemitraan adalah sebagai berikut:

- a. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi.
- b. Memiliki domisili tetap
- c. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

- d. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah)
- e. Milik warga negara Indonesia
- f. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun serta mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan
- g. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar
- h. Memiliki tenaga kerja tetap sekurang-kurangnya 1 (satu) orang, tidak termasuk tenaga sambilan atau sekedar membantu (misalnya anak, istri, dll)
- i. Total jam kerja pekerjaan per hari tidak lebih dari 10 (sepuluh) jam dengan waktu istirahat yang cukup
- j. Tempat usaha tidak menimbulkan gangguan terhadap lingkungan masyarakat maupun tata kota setempat
- k. Koperasi tingkat primer, diutamakan koperasi industry/kerajinan baik intern maupun ekstern, sudah berbadan hukum dan sudah RAT, minimal 2 tahun terakhir.
(SOP PKBL Pegadaian : IIG4)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini banyak perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam untuk tetap bertahan. Dengan semakin bertambahnya

jumlah perusahaan maka penggunaan sumber daya alam yang ada semakin meningkat. Sebagai wujud dari tanggung jawab terhadap penggunaan sumber daya alam tersebut, sekarang banyak perusahaan yang membentuk suatu unit kerja yang bertugas untuk memberikan kontribusi sosial kepada lingkungan sekitar perusahaan.

Corporate Social Responsibility yang disingkat menjadi CSR, didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan (Kotler & Nancy, 2005 : 4). Melalui pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsep CSR ini dilakukan oleh perusahaan (sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan mereka berada.

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi isu penting dan familiar. Saat ini para pelaku usaha tidak bisa untuk tidak memahami, mengerti, mencintai serta mempraktekan CSR. CSR telah menjadi bagian dari perusahaan yang tercermin dari kebijakan, strategi dan perilaku menjalankan usaha. Hal ini diperkuat pada tahun 2007, pemerintah dan DPR telah menetapkan UU no 40 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan penerapan CSR dalam kegiatan usaha perusahaan. Dalam Pasal 74 ayat (1), (2), (3), dan (4), bunyi pasal-pasal tersebut sebagai berikut :

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Namun, dalam pelaksanaannya setiap perusahaan memiliki kategori CSR yang berbeda, seperti perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang jenis CSR nya adalah Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL). Dasar hukum PKBL adalah Menteri BUMN No: Per-05/MBU/2007 bahwa setiap BUMN wajib membentuk unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat.

Tercatat sampai bulan September 2012 terdapat sebanyak 162 BUMN yang telah melaksanakan kewajibannya dengan mengaplikasikan program CSR BUMN tersebut (lampiran : <http://development.bumn.go.id>). Salah satunya adalah PT.

Telekomunikais Indonesia Tbk yang telah melaksanakan PKBL dan juga melakukan evaluasi terhadap kinerjanya. Evaluasi dilakukan dengan memberikan survey kepada mitra binaan dan hasilnya dilampirkan dalam laporan tahunan yang dapat diakses di <http://pkbl-telkom.com>.

PT. Pegadaian sebagai salah satu perusahaan BUMN yang berada dibawah pengawasan pemerintah juga telah melaksanakan kewajibannya melalui pembentukan unit PKBL & CSR. Unit PKBL & CSR dibentuk di seluruh Kantor Wilayah Pegadaian yang tersebar diseluruh Indonesia. Sampai saat ini telah hadir 14 Kanwil PT. Pegadaian yang melaksanakan PKBL, tidak terkecuali Kanwil XI yang berlokasi di Jl. Pungkur No 125 Kota Bandung. PKBL Kanwil XI ini menangani wilayah sebagian propinsi Jawa Barat.

Program Kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN (SOP PKBL : I.C.1). Program Kemitraan dilaksanakan sebagai salah satu program CSR dari PT. Pegadaian Kanwil XI untuk memberikan kontribusi terhadap masyarakat sekitar perusahaan, dalam hal ini lingkupan masyarakat Kanwil XI adalah sebagian masyarakat Jawa Barat.

Pelaksanaan Program Kemitraan di PT. Pegadaian Kanwil XI terus meningkat, berikut adalah data tentang jumlah mitra binaan dan total dana yang dicairkan PT.Pegadaian Kanwil XI:

Tabel 1.1
Data Program Kemitraan PT.Pegadaian

Tahun	2008	2009	2010	2011
Jumlah Mitra Binaan	383	456	511	604
Jumlah Dana Dicairkan	Rp. 1.130.000.000	Rp. 1.220.000.000	Rp. 4.807.000.000	Rp. 5.904.700.000

Sumber: Data PKBL PT. Pegadaian Kanwil XI

Kotler dan Lee (2005) dalam Samuel (2008:35) mengemukakan bahwa CSR yang diterapkan secara tepat dapat memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, salah satunya adalah mampu meningkatkan *corporate image* (citra perusahaan).

Melalui Program Kemitraan, PT. Pegadaian dapat membangun minat dan pemahaman dalam rangka meningkatkan citra perusahaan serta mendorong peningkatan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat. Dengan memberdayakan potensi perekonomian mikro dan kecil masyarakat yang mandiri dalam suatu jaringan nilai (*value of linked*) dapat mewujudkan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan untuk mencerdaskan kehidupan masyarakat serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Namun sampai saat ini PT. Pegadaian Kanwil XI belum memiliki alat pengukur performa pelaksanaan Program Kemitraan yang telah berjalan sejak tahun 1994 ini. Untuk itu diharapkan penelitian ini, dengan *support* Pegadaian Kanwil XI dapat menjadi alat

ukur kinerja Program Kemitraan dan mengetahui peranannya dalam pembentukan citra PT. Pegadaian Kanwil XI dimata masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: **“Bagaimana pengaruh pelaksanaan Program Kemitraan terhadap citra PT. Pegadaian Kanwil Kota XI Bandung?”**

1.4 Identifikasi Masalah

Dari rumusan masalah tersebut, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *personality*?
2. Bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *reputation*?
3. Bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *value/ethics*?
4. Bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *corporate identity*?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelaksanaan Program Kemitraan terhadap citra PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi penelitian diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *personality*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *reputation*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *value/ethics*.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelaksanaan Penyaluran Kredit dan Pembinaan yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung terhadap *corporate identity*.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat bermanfaat bagi ilmu komunikasi secara umum dan bagi peneliti selanjutnya secara khusus.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Memberikan kontribusi bagi Pegadaian Kanwil XI Bandung yang berupa pemikiran di dalam penerapan dan pengembangan Program Kemitraan,
2. Menjadi sarana informasi kepada perusahaan dalam hal menganalisis pengaruh Program Kemitraan dengan citra Pegadaian khususnya Pegadaian Kanwil XI Bandung.
3. Menjadi sebuah sarana bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari selama kegiatan belajar-mengajar di kampus,
4. Dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap praktisi *public relations*.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini peneliti akan menjabarkan sistematika dan penjelasan mengenai permasalahan yang diteliti dan akan dibahas pada bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoritis (keilmuan) maupun praktis (praktik), dan sistematika penulisan dalam penyusunan hasil.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini peneliti menjabarkan tentang teori yang digunakan dalam penelitian sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian itu sendiri. Dalam hal ini teori yang digunakan berkaitan dengan teori mengenai CSR, citra, dll.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang gambaran pola pikir, langkah - langkah, pendekatan, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data hingga proses penarikan kesimpulan akhir.

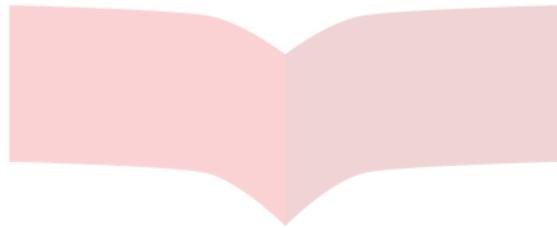
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai hasil dari penelitian dan pembahasan berdasarkan data-data yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dibuat.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan yang berupa rangkuman dari hasil analisa pembahasan dan

memberikan saran dalam bentuk penawaran pemecahan masalah yang diharapkan dapat bermanfaat bagi Pegadaian Kanwil XI, peneliti dan pembaca pada umumnya.



16
Telkom
University

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan yang disertai dengan teori-teori yang mendukung mengenai pengaruh pelaksanaan program kemitraan terhadap citra PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyaluran Kredit dan Pembinaan terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *personality* PT. Pegadaian Kanwil XI kota Bandung. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan, “Terdapat pengaruh pelaksanaan Pembinaan dan Penyaluran Kredit yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Bandung terhadap *personality*” terbukti.
2. Penyaluran Kredit dan Pembinaan terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *reputation* PT. Pegadaian Kanwil XI kota Bandung. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan, “Terdapat pengaruh pelaksanaan Pembinaan dan Penyaluran Kredit yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Bandung terhadap *reputation*” terbukti.
3. Penyaluran Kredit dan Pembinaan terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *value/ethics* PT. Pegadaian Kanwil XI kota Bandung. Dengan demikian

hipotesis pertama yang diajukan, “Terdapat pengaruh pelaksanaan Pembinaan dan Penyaluran Kredit yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Bandung terhadap *value/ethics*” terbukti.

4. Penyaluran Kredit dan Pembinaan terbukti mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap *corporate identity* PT. Pegadaian Kanwil XI kota Bandung. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan, “Terdapat pengaruh pelaksanaan Pembinaan dan Penyaluran Kredit yang diberikan PT. Pegadaian Kanwil XI Bandung terhadap *corporate identity*” terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian maka ada beberapa hal yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dan saran bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak terkait.

5.2.1 Bagi Perusahaan

Saran yang bisa peneliti berikan untuk PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh pelaksanaan program kemitraan terhadap citra PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung diantaranya:

1. Meningkatkan intensitas interaksi dalam proses pelaksanaan program kemitraan, terutama dalam proses penyaluran kredit kepada mitra binaan. Makin sering pihak-pihak berinteraksi, makin besar pula kemungkinan untuk memahami kepentingan

- satu sama lain sehingga dapat mempermudah kerjasama. Hal ini dapat direalisasikan dengan meningkatkan keramahan dan perhatian yang diberikan karyawan dan staff kepada mitra binaannya.
2. Meningkatkan kinerja pembinaan dengan cara bekerja sama lebih profesional dengan lembaga-lembaga edukasi dalam membuat tahapan dan modul pembinaan. Modul dapat berisikan materi dengan lingkup *finance*, *operational*, *softskill* dan *marketing* yang dibuat dengan kerja sama dengan lembaga edukasi tersebut.
 3. Membuat unit khusus untuk mengurus proses pelaksanaan program kemitraan. Unit ini dapat berbentuk anak perusahaan atau koperasi yang dibuat di setiap kota di Jawa Barat agar setiap mitra binaan dan UMKM nya dapat terjamah.
 4. Memperbanyak kuota peserta pembinaan dengan cara membuka kesempatan kepada masyarakat biasa yang belum menjadi nasabah PT. Pegadaian untuk diberi pembinaan. Jadi pembinaan tidak hanya dilakukan kepada mitra binaan yang menjadi nasabah PT. Pegadaian saja.
 5. Membentuk forum bersama antar mitra binaan dan PT. Pegadaian untuk mendiskusikan dan menyelesaikan masalah meliputi usaha yang ada. Pihak dari PT. Pegadaian dapat membantu membahas sebab-sebab konflik dan memecahkan permasalahannya atas dasar kepentingan bersama

6. Perlu dilakukan evaluasi rutin terhadap program kemitraan yang dilaksanakan PT. Pegadaian dalam rangka meningkatkan kinerja agar lebih baik di masa yang akan datang.

5.2.2 Bagi Perguruan Tinggi

Saran yang bisa peneliti berikan untuk IM Telkom sebagai lembaga pendidikan yang menaungi para mahasiswa/i diantaranya:

1. Menambah kerjasama dengan perusahaan-perusahaan agar dapat mempermudah mahasiswa/i untuk melaksanakan penelitian serta dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan “*brand image*” IM Telkom di mata masyarakat maupun lingkungan bisnis
2. Membina kerjasama dengan Perum Pegadaian Kantor Wilayah XI Kota Bandung dengan harapan dapat melanjutkan hubungan yang sudah baik agar menjadi lebih baik lagi di masa yang akan datang

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil dan kesimpulan serta keterbatasan yang ada dalam penelitian ini setidaknya dapat dijadikan acuan bagi peneliti selanjutnya untuk membuat penelitian yang lebih sempurna. Adapun saran bagi peneliti selanjutnya diantaranya:

1. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil populasi mitra binaan PT. Pegadaian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti pengaruh pelaksanaan program kemitraan dengan

- mengambil populasi keseluruhan nasabah PT. Pegadaian Kanwil XI Kota Bandung, bukan hanya mitra binaan.
2. Perlu dilakukan langkah yang terintegrasi mulai dari penentuan konsep dan model penelitian sehingga pada tahap pengolahan data akan sesuai dengan teknik analisis data yang ditetapkan sebelumnya, dan memenuhi syarat-syarat yang berlaku dalam teknik analisis data.
 3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan model penelitian yang telah telah diteliti dalam penelitian ini yang masih memiliki kekurangan dengan cara memodifikasi model penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Ardianto, Elvinaro & Soemirat, Soleh. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Cutlip, Scott M, Allen H. Center, & Glen M. Broom. 2009. *Effective Public Relations* edisi kesembilan. Jakarta: Prenada Media Group.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Davis, Anthony. 2005. *Everything You Should Know About Public Relations*. Jakarta: Gramedia
- Effendy, Onong, Uchjana. 1986. *Hubungan Masyarakat Suatu Study Komunikologis*. Bandung: Remadja Rosda Karya.
- Ferdinand. 2002. *Structural equation modeling (SEM) dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.

- Ghozali. 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square PLS Edisi 3*. Semarang: UNDIP.
- Gregory, Anne. 2004. *Public Relations dalam Praktik (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Harrison, Shirley. 2000. *Public Relations: An Introduction*. Thomson Learning
- Hunt, T & Grunig, J. E. 1994. *Public Relations Technique*. Forth Worth: Harcourt Brace College Publishers.
- Iriantara, Yosol. 2007. *Community Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, Pihlip. Lee, Nancy. 2005. *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Willey&Sons,Inc.

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S & Toth, E. 2009. *Public relations: The profession and the practice, 3rd edition*. NY : McGraw-Hill Companies Inc.

Rachman M. Nurdizal, Efendi, Asep & Wicaksana, Emir. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta: Swadaya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analistik Statistik*. Bandung: Rosdakarya.

Riduwan & Kuncoro, A. Engkos. 2012. *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.

Riduwan. 2004, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung : Alfabeta.

Ritonga, Jamiluddin. M. 2005. *Riset Kehumasan*. Jakarta: Grasindo

Riyanto, Agus. 2011. *PKBL: Ragam Derma Sosial BUMN*. Jakarta: Banana.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.



Telkom
University

Sunyoto, Danang. 2011. Riset Bisnis dengan Analisis Jalur SPSS. Yogyakarta: Gava Media

Suyanto. M. 2007. *Strategic Management: Global Most Admired Companies*. Yogyakarta: Andi.

Taniredja, Tukiran & Mustafidah, Hidayanti. 2011. Penelitian Kuantitatif : Sebuah Pengantar. Bandung : Alfabeta.

Undang-Undang dan Peraturan tentang UKM Usaha Kecil dan Menengah Cetakan 1. 2007. Jakarta: Visimedia.

West, Richard & Lynn H. Turner. 2009, Pengantar Teori Komunikasi : Analisis dan Aplikasi, Edisi 3, Jakarta : Salemba Humanika.

Wibisono, Yusuf. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik: Fascho Publishing.

Widodo, Prabowo, Pudjo. 2006. Langkah-Langkah dalam SEM Pemodelan Persamaan. Struktural, Seri SEM. Jakarta.

Yamin, Sofyan. 2011. *Partial Least Square Path Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.

ONLINE

<http://www.jabarprov.go.id/> (diakses pada 31 Oktober 2012
pk. 14.21)

<http://pegadaian.co.id/> (diakses pada 17 Mei 2012 pk.12.59)

<http://pkbl.bumn.go.id/> (diakses pada 26 April 2012 pk.11.38)

http://development.bumn.go.id (diakses pada 14 Januari 2013
pk. 20.51)

LITERATUR

Kandampully, Jay. *International Journal of Contemporary
Hospitality Management*. 2007. Ming Chuan. Taipei

Wilcox, Dennis. 2006. *The Landscape of Todays Global
Public Relations*.

Rofi Rizky. Pengaruh CSR terhadap Citra perusahaan PT.
Gudang Garam Tbk. 2007. Universitas Pendidikan
Indonesia (UPI). Bandung.

Semuel, Hatane & Wijaya Elianto, *Jurnal Corporate Social
Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image
pada Restoran di Surabaya dari Perspektif Pelanggan*.
2008. Fakultas Ekonomi Uniersitas Kristen Petra
Surabaya.

Tambunan, Tulus. *Wanita Pengusaha di UMKM di Indonesia:
Motivasi dan Kendala*. 2011. Trisakti. Jakarta

Telkom
University