

BAB V

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pelaksanaan CSR oleh *Public Relations* PermataBank dalam mempertahankan citra perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* PermataYouthPreneur 2022, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Misi dari Program *Corporate Social Responsibility* PermataYouthPreneur adalah mempertahankan citra perusahaan dengan melibatkan komunitas yang berupa anak SMA/K sederajat melalui program perusahaan yang dapat berdampak pada eksistensi sosial perusahaan dan penerapan dari regulasi pemerintah dalam bentuk *Good Corporate Governance* yang konsisten.
2. Tujuan dari program PermataYouthPreneur untuk menyampaikan literasi keuangan kepada siswa SMA/K sederajat sudah tercapai dengan 849 siswa pendaftar diwajibkan untuk mengikuti kelas literasi finansial saat program berlangsung, dimana para peserta mendapatkan materi mengenai pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dan investasi untuk masa depan serta mendapatkan bekal *digital entrepreneurship*.

3. *Public Relations PermataYouthPreneur* sudah mengimplementasikan proses komunikasi kepada para stakeholder (direksi, staff, peserta dan juga masyarakat) dengan penerapan konsep SMARTS dan juga dimensi Kepercayaan, Komitmen, Kontrol Kebersamaan, dan Kepuasan sehingga proses berjalan sesuai dengan tujuan awal, jumlah pendaftar yang setiap tahun selalu meningkat dan mendapat dukungan dari regulator.

4. Program *PermataYouthPreneur* mendapat tanggapan yang baik dari beragam pihak seperti:

- a. Dukungan dari regulator OJK, Bank Indonesia, dan Kemendikbudristek yang konsisten setiap tahunnya.
- b. Peserta melalui feedback form dengan hasil 89% satisfaction rate.

5. *Public Relations PermataBank* sudah menjalankan semua kegiatan public relations dalam program *PermataYouthPreneur* sebagai fasilitator komunikasi dengan baik.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran sebagai kesempurnaan dan kelengkapan penulisan skripsi penulis, yaitu:

1. Wilayah cakupan dari program dapat diperluas lagi agar masyarakat indonesia dapat merasakan manfaat dari CSR PermataBank.

2. Meningkatkan promosi terhadap portal berita online agar hasil pencarian google mengenai PermataYouthPreneur bertambah.

3. Jumlah peserta PermataYouthPreneur dapat bertambah apabila konten yang di *share* melalui sosial media PermataHatiCSR lebih banyak, dan tidak hanya menggunakan dua sosial media saja.

