

BAB 5

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Sebagaimana yang dikutip oleh Christiono, Fombrun dan Van Riel menggambarkan reputasi perusahaan dihubungkan dengan citra sosial (*social image*), citra produk (*product image*), citra rekrutmen (*recruitment image*), dan citra finansial (*financial image*)¹.

Berdasarkan hasil analisis melalui metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam (*in depth interview*), dan studi dokumentasi dengan narasumber dari *Corporate Communication Analyst* divisi *Corporate Communications*, *ACC ONE Product Manager* divisi *Digital Expansion*, *Recruitment Analyst* divisi *Recruitment Management*, dan *Department Head* divisi *General Affair* diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Astra Credit Companies dalam mempertahankan citranya sudah sangat bervariasi dan optimal. Begitu juga halnya dengan strategi *Team Corporate Communication* dalam mempertahankan citra sosial perusahaan sudah dijalankan dengan baik dan akan terus dikembangkan ke depannya. Hal ini dikarenakan *Corporate Communication Team* sudah melakukan kegiatan sosial dan berupaya dalam mempertahankan citra sosial perusahaan. *Media Relations*, *Media Pemberitaan*, *Konten Siaran*

¹ Christiono. Y. 2017. *Telaah Pustaka Dan Pengembangan Model*.
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4mNgRRUEEpoJ:ejournal.uajy.ac.id/12098/3/MM024532.pdf&cd=2&hl=id&ct=clnk&gl=id>

Pers di *ACC ONE* dan *Incharge* pada kegiatan CSR merupakan bentuk upaya pelayanan dan kegiatan team dalam menjaga reputasi perusahaan ACC dengan meningkatkan kualitas informasi positif yang disampaikan kepada publik internal dan eksternal ACC. Dan juga kerja sama tim di setiap kegiatannya dengan team *Community Relations* (CSR) dan *Digital Development* (desain) dengan baik dan sudah sangat optimal. Begitu juga dengan dengan solusi terhadap hambatan yang dihadapi oleh team sudah dilakukan dengan baik dan dapat memecahkan masalah yang ada sehingga riset citra sosial ACC sudah terbukti baik.

2. Begitu juga strategi komunikasi Astra Credit Companies dalam mempertahankan citra produk sudah sangat bervariasi dalam meningkatkannya. Dengan berbagai kegiatan dan upaya yang dilakukan oleh Team Digital Expansion dalam mengelola *ACC ONE* dengan visi '*ACC ONE as the face of ACC*' sejauh ini sudah dilakukan dengan maksimal. Dengan kegiatan dan upaya team dalam membuat konten, mengupayakan periklanan, mengembangkan fitur sudah membuktikan citra produk ACC baik dengan melihat customer menjadikan ACC sebagai pilihan utamanya. Hal ini juga tidak lepas dari hambatan yang mampu dilalui dengan team, terutama hambatan teknis dari keluhan masyarakat. Team mampu menjawab keluhan masyarakat secara informatif dan responsif dengan layanan yang maksimal sehingga riset citra produk sudah terbukti baik.

3. Selain itu, strategi komunikasi Astra Credit Companies dalam mempertahankan citra rekrutmen sudah sangat bervariasi dalam meningkatkannya. Berbagai kegiatan dan upaya dilakukan dalam melakukan pelaksanaan rekrutmen sehingga mampu menciptakan citra rekrutmen perusahaan yang baik di mata masyarakat. Kegiatan dalam membuat sosialisasi kepada mahasiswa langsung di universitas yang dilakukan satu bulan sekali dengan baik dan konsisten. Serta *Team Recruitment Management* dengan upaya dalam bekerja sama dengan pihak universitas, program pemerintah (MBKM) dan pembukaan lowongan kerja di Astra Credit Companies yang sangat bervariasi. Begitu pun dengan penyelesaian masalah yang dihadapi dengan baik dan semakin mempermudah kandidat yang mau melamar di ACC. Citra rekrutmen ACC dapat terbukti baik karena berbagai dengan kegiatan dan upaya yang sudah dilakukan selama ini berjalan lancar dan antusias kandidat yang melamar ke ACC.

4. Berikutnya, strategi Astra Credit Companies dalam mempertahankan citra finansial yang sudah sangat bervariasi dalam meningkatkannya. Berbagai upaya dilakukan *Team General Affair* dalam melakukan melakukan *budgeting* untuk aset-aset ACC. Dan memiliki kendali dalam pengadaan *budget* dan penjagaan inventaris perusahaan pusat maupun cabang dan koordinasi dalam team ini sangat baik dikarenakan adanya pembagian fungsi dan mengeratkan sisi komunikasi antar rekan kerja. Narasumber mengatakan bahwa sebisa mungkin untuk selalu merealisasikan kebutuhan internal bagi karyawan dan

eksternal bagi customer. Karena bagi ACC, customer mempunyai peran yang penting, sehingga kenyamanan dan fasilitas yang customer butuhkan. Begitu juga solusi yang didapat terhadap masalah yang dihadapi terkait timeline yang sangat banyak dan masalah tersebut terpecahkan dengan cara menciptakan komunikasi yang lebih dengan rekan kerja sehingga *timeline* terpenuhi.

5. Citra yang dibangun oleh perusahaan adalah Astra Credit Companies sebagai “*Becoming The First Choice Financing Company With Total Solution*” dengan artian ACC ingin menjadi pilihan utama bagi customer dalam memilih perusahaan pembiayaan dengan solusi terbaik. Salah satu narasumber mengatakan bahwa setiap perusahaan melakukan aksi ke luar, pasti akan ada saja resiko yang harus dipertanggungjawabkan. Oleh sebab itu, penting untuk mempertahankan solidaritas dari sisi internal perusahaan dan mengutamakan transparansi antarkaryawan. Astra Credit Companies selalu mengutamakan *feedback* dari publiknya sebagai evaluasi perusahaan ke depannya serta terus menjunjung tinggi visi misi perusahaan agar bisa mempertahankan *corporate image* yang positif.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan berbagai tahapan penelitian mengenai strategi Astra Credit Companies dalam membangun *corporate image* melalui citra sosial, citra produk, citra rekrutmen dan citra finansial, maka diperoleh saran teoritis dan saran praktis, sebagai berikut:

1. Saran Teoritis

Dalam riset ini, peneliti memberi saran untuk peneliti yang selanjutnya mampu menggunakan teori serta konsep yang berbeda agar hasil riset yang didapatkan yang lebih kaya dan baru. Pengembangan teori dan konsep yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya bertujuan mendapatkan sudut pandang yang lebih luas.

2. Saran Praktis

Dalam riset ini, menyarankan agar Astra Credit Companies tetap menjalankan kegiatan dan upayanya untuk menjadi pilihan utama masyarakat sebagai fokus kerja. Hal ini akan membantu dalam mencapai target dan tujuan dari masing-masing divisi yang ada. Visi perusahaan "*Becoming The First Choice Financing Company With Total Solution*" sudah sangat tepat dalam mempertahankan reputasi perusahaan di mata masyarakat/*customer*. Saran selanjutnya, Astra Credit Companies diusahakan agar dapat terus mempublikasikan seluas-luasnya terhadap proses dan semua hal yang bersangkutan terhadap reputasi perusahaan. Dengan tujuan supaya informasi yang disebarakan meluas.

