

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Sesuai dengan penelitian yang peneliti sudah lakukan pada perusahaan PT penerbit-percetakan Pohon Cahaya Yogyakarta, perusahaan memiliki beberapa strategi lobi dan negosiasi yang digunakan untuk menjalin relasi dengan *stakeholder*. Dalam melakukan strategi lobi dan negosiasi, strategi yang dipakai oleh PT penerbit-percetakan Pohon Cahaya adalah strategi *win-win* yang mana strategi ini adalah strategi yang menguntungkan kedua belah pihak dalam melakukan kerja sama. Dalam setiap kerja sama yang dilakukan oleh PT Pohon Cahaya harapannya akan berakhir dengan keuntungan yang didapatkan oleh kedua belah pihak. Strategi ini dipilih untuk membuat *stakeholder* atau pihak yang bekerja sama dengan PT Pohon Cahaya bisa *long term* atau bekerja sama dengan jangka waktu yang lama. Dengan kerja sama dalam jangka waktu yang lama ini diharapkan dapat membuat perusahaan bisa tetap eksis.

Model lobi dan negosiasi PT Pohon Cahaya dalam menjalin relasi dengan *stakeholder*, yakni adalah *model system centric*, karena perusahaan fleksibel akan dapat lebih mudah dalam menjalin hubungan relasi kerja sama ketimbang perusahaan yang berkuasa dan keras kepala. Dalam menghadapi perkembangan zaman yang semakin canggih adanya gaya fleksibilitas dinilai sangat pas. Saat ini kita dituntut untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder* bukan malah memaksakan kehendak perusahaan yang ingin berjalan sesuka hatinya.

#### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat saran didalamnya diantaranya:

##### A. Bagi PT Pohon Cahaya.

- 1) Dalam melakukan strategi lobi negosiasi kepada *stakeholder* PT Pohon Cahaya bisa lebih diperbanyak menggunakan media sosial sebagai alat karena menyikapi kemajuan teknologi yang semakin canggih, jadi tidak hanya kebanyakan dilakukan secara tatap muka.

- 2) Dalam kaitannya dengan citra publik, PT Pohon Cahaya diharapkan bisa memanfaatkan teknologi yakni media sosial sebagai ajang memperbaiki citra publik yang negatif atau bisa juga meningkatkan citra publik yang baik menjadi semakin lebih baik lagi.
- 3) Semakin berkembangnya zaman semakin banyak juga saingan yang menjadi kompetitor perusahaan baik itu media konvensional ataupun media *online*, PT Pohon Cahaya harus selalu mengikuti perkembangan zaman dan tetap mengutamakan kreatifitas dan inovasi. *Upgrade* produk dan tetap memberikan pelayanan yang terbaik adalah hal yang utama bagi perusahaan, tanpa melupakan visi misi perusahaan yakni mencerdaskan kehidupan bangsa dan gereja.

#### B. Bagi Masyarakat

- 1) Media online harus betul-betul dimanfaatkan perusahaan dalam mencari jejaring relasi. Maka dari itu PT Pohon Cahaya harus lebih aktif dalam media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan media sosial lain yang bisa dimanfaatkan dalam menjalin relasi dengan *stakeholder* agar dapat mencangkup banyak daerah tidak hanya berjaya di pulau Jawa saja.
- 2) Era pandemi seperti ini perusahaan diharapkan dapat bisa segera beradaptasi dengan pameran, bedah buku, dan hal-hal yang bersifat promosi perusahaan berbasis *online*, agar publik tetap dapat melihat perusahaan ini tetap eksis meskipun pada masa pandemi seperti sekarang ini. Pameran buku, bedah buku, dan lain-lain sementara bisa dilakukan melalui online seperti contohnya dengan *zoom*, sekaligus bisa melakukan strategi lobi dan negosiasi berbasis daring dengan *stakeholder* terkait.

#### C. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode observasi dan wawancara secara mendalam, terkhusus untuk mengetahui lebih dalam proses dari PT penerbit-percetakan Pohon Cahaya dalam melakukan strategi lobi dan negosiasi dengan *stakeholder*. Terdapat beberapa aspek dari topik strategi lobi dan negosiasi kepada *stakeholder* yang

bisa diteliti dengan pendekatan kualitatif misalnya dalam aspek melakukan praktik lobi dan negosiasi bagi keberlangsungan perusahaan. Ada pula aspek lain yakni melakukan teknik lobi dan negosiasi terhadap internal perusahaan yang sedang mengalami krisis. Selain itu bisa juga melalui aspek strategi lobi dan negosiasi yang dilakukan dalam memperbaiki citra buruk perusahaan dari *stakeholder* eksternal.