



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia, Alfamart senantiasa berupaya untuk meningkatkan peran dalam komunitas dan membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). CSR Alfamart adalah suatu komitmen berkesinambungan yang dibangun Alfamart dengan berlandaskan prinsip ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai bentuk apresiasi kepada masyarakat serta turut serta berkontribusi pada pembangunan nasional sebagai implementasi dari *good corporate governance*.

Alfamart Sahabat Indonesia (ASI) adalah salah satu payung kegiatan CSR Alfamart yang mengacu pada komunitas, sesuai dengan visi misi serta tujuan perusahaan. Melalui program ini, Alfamart ingin masyarakat merasakan kehadiran Alfamart sebagai sesuatu yang menguntungkan masyarakat dari segala lapisan (Alfamart for All). Dalam meningkatkan reputasi perusahaan, melalui program ASI, Alfamart berharap dapat menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Adapun hasil evaluasi program CSR “Alfamart for All” adalah:

1. Reaksi positif dari anggota Outlet Binaan Alfamart.
2. *Media coverage* yang positif.
3. Peningkatan jumlah penghargaan yang diperoleh Alfamart sejak dilakukannya kegiatan CSR pada tahun 2008 (hingga tahun 2012).
4. Meningkatnya keuntungan pemilik usaha warung kecil.
5. Meningkatnya reputasi perusahaan di kalangan masyarakat.

Berdasarkan pemaparan di atas, program Alfamart Sahabat Indonesia (ASI) dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan reputasi Alfamart. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan beberapa narasumber di antaranya anggota binaan Alfamart serta pakar CSR. Selain itu, program CSR Alfamart juga berhasil membangun hubungan baik dengan masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah Alfamart di masyarakat tanpa menimbulkan konflik.

Keberhasilan program CSR Alfamart Sahabat Indonesia (ASI) didukung dengan strategi CSR yang sejalan dengan visi dan misi, serta tujuan perusahaan yang senantiasa berupaya untuk meningkatkan peran dalam komunitas dan membangun hubungan baik dengan masyarakat. Hal ini memperkuat bahwa Alfamart memiliki reputasi yang baik di mata *stakeholders*. Keberhasilan program ASI juga dicapai melalui perencanaan program CSR yang matang di mana program diimplementasikan berdasarkan riset sehingga dapat menjawab kebutuhan dan permasalahan masyarakat sekitar Alfamart.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap program CSR Alfamart Sahabat Indonesia (ASI), berikut adalah beberapa saran yang dapat dilakukan Alfamart di masa depan dalam meningkatkan aktivitas program CSR:

1. Membuat dan mengukur target publikasi di setiap kegiatan CSR.
2. Melakukan *media monitoring* terhadap berita-berita CSR dan aktivitas perusahaan.
3. Untuk memaksimalkan fungsi *Public Relations* perusahaan, maka divisi *Public Relations* baiknya berada langsung di bawah direksi perusahaan (CEO)
4. Sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia, Alfamart dapat menyusun *CSR Report* sebagai dokumentasi perusahaan baik artikel, foto, video, statistik, dan sebagainya.

U M N