



### **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

Dari hasil penelitian Penulis menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* dalam Unilever Indonesia sudah menjadi inti bisnis bukan sekedar memenuhi kewajiban perseroan terhadap undang-undang yang diberlakukan. Perencanaan program Wipol Aksi Anti Kuman melalui tahap-tahap sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kotler (2005: 256-257), pemilihan isu dan bentuk tindakan yang akan dilakukan ditetapkan oleh Teguh Hadisaputra sebagai *brand manager*. Lalu pada proses pengembangan dan pelaksanaan program dijalankan oleh tim Mitra Andal Sejati, tim MAS bertanggung jawab untuk seluruh kegiatan yang dilakukan selama program berlangsung dan juga pada tahap evaluasi program.

Setelah dilaksanakannya penelitian terhadap program Wipol Aksi Anti Kuman, penulis mengetahui strategi yang digunakan oleh Wipol dalam menjalankan programnya strategi ini bernama strategi 360°, strategi ini meliputi kegiatan di bidang komunikasi, hubungan kerjasama dengan pihak Dinas Kesehatan Jakarta dan juga komunitas Bersih Nyok!, kegiatan *public relations*, *activation*, dan juga *in store implementation*. Strategi yang digunakan ini membuat program berjalan efektif dan juga berhasil melampaui targetnya.

Dan mengacu pada konsep triple bottom line penulis dapat menyimpulkan bahwa program Wipol Aksi Anti Kuman menggunakan dua konsep dasar dari *triple bottom line* yaitu *people* dan *profit*. Dampak dari kedua konsep yang digunakan terlihat jelas dari hasil evaluasi program, terdapat perubahan yang signifikan pada kondisi sasaran program dan juga dampak positif kepada Wipol. Hal ini terlihat dari meningkatnya market share Wipol dan juga terbukti adanya loyalitas dari para sasaran program, tentunya melalui program ini Wipol juga berhasil meningkatkan kredibilitas *brand* dimata publik.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran kepada Wipol dengan harapan dapat berguna untuk pengembangan program Wipol Aksi Anti Kuman ditahun berikutnya.

### 5.2.1. Saran Akademis

Penelitian lanjutan dapat dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas yang berbentuk kuantitatif untuk mengetahui lebih lanjut seberapa besar perubahan yang dirasakan oleh para warga dengan adanya program ini. Dan bagian kegiatan apa yang memberikan kontribusi perubahan paling besar, sehingga pihak Wipol dapat mengetahui pengembangan program seperti apa yang dibutuhkan untuk menjangkau target yang lebih besar.

### 5.2.2. Saran Praktis

Saran dari penulis kepada tim Wipol adalah untuk mengembangkan bentuk program sehingga menggunakan ketiga konsep dasar dalam *triple bottom line* karena dengan adanya keseimbangan dari ketiga faktor ini dapat mencapai pembangunan berkelanjutan yang konsisten dan juga mencakup hal-hal yang lebih luas. Sehingga tidak hanya sasaran program yang merasakan dampak positif namun juga khalayak yang lebih luas.

Selain itu akan lebih baik apabila program ini juga mengajak internal perusahaan untuk berpartisipasi dalam bentuk *employee volunteering*, sehingga pihak internal Unilever tidak hanya mendapatkan sosialisasi mengenai program tetapi juga turut mensukseskan program.

UMMN