

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dijabarkan kesimpulan dari analisis yang dilakukan oleh peneliti agar dapat menjawab pertanyaan yang diajukan pada bagian identifikasi masalah di awal skripsi. Beberapa kesimpulan yang didapat setelah atas program CSR PT Danone-AQUA cabang kecamatan Cicurug kabupaten Sukabumi dengan Komunitas UMKM SAGALA adalah sebagai berikut :

1. Program CSR PT Danone-AQUA bukan hanya sekedar langkah simbolis atau formalitas, melainkan merupakan bagian integral dari komitmen yang mendalam untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sejalan dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. AQUA mengakui peran strategisnya sebagai perusahaan besar di Indonesia dengan tanggung jawab sosial yang signifikan. AQUA telah merancang program CSR yang mencakup pelestarian air dan lingkungan, pendekatan bisnis ramah lingkungan, manajemen distribusi produk, serta partisipasi masyarakat dan pemberdayaan, terutama UMKM di daerah Cicurug. Strategi CSR AQUA menggunakan pendekatan "*social mapping*" untuk memahami permasalahan masyarakat secara langsung, yang kemudian dijawab dengan program-program konkret, seperti program WASH. Selain memberikan manfaat sosial, program-program ini juga terintegrasi dengan keberlanjutan perusahaan, seperti pemanfaatan sumber air sebagai bahan produk. Pola kerja CSR AQUA yang mencakup sponsor kegiatan sosial positif dan pelaksanaan AMDAL yang melebihi kewajiban hukum

menunjukkan komitmen perusahaan untuk berkontribusi secara nyata pada keberlanjutan lingkungan dan masyarakat. Keselarasan program CSR dengan strategi dan nilai-nilai perusahaan memastikan dampak positif yang tidak hanya bersifat sesaat, melainkan berkelanjutan dalam jangka panjang.

2. Substansi dari program CSR PT Danone-AQUA bersama SAGALA mencakup berbagai inisiatif dan bantuan yang ditujukan untuk membantu pengembangan dan kemajuan UMKM di daerah Cicurug kabupaten Sukabumi. Bantuan pemasaran dan promosi produk UMKM, undangan pada acara pameran dan peluang hadiah, pelatihan untuk pengembangan produk, dukungan keuangan dan barang, pengembangan gerai SAGALA, pendampingan dan pelatihan lebih lanjut di tahun 2024, dukungan pembelian produk UMKM merupakan beberapa bentuk kegiatan yang sudah dilakukan dalam program CSR antara PT Danone-AQUA dan SAGALA. Program CSR ini menunjukkan keselarasan dengan komitmen pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, program ini memiliki dampak positif yang nyata dalam membantu UMKM di daerah Cicurug untuk berkembang dan berkontribusi pada ekonomi lokal. Dalam keseluruhan, program CSR ini tidak hanya memberikan bantuan finansial, tetapi juga melibatkan UMKM secara aktif dalam acara promosi dan pelatihan. Rencana masa depan untuk pendampingan dan pelatihan lebih lanjut di tahun 2024 menunjukkan keseriusan perusahaan dalam memberikan dukungan berkelanjutan.

3. Program CSR ini dapat dianggap berhasil karena mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat, dan memperlihatkan komitmen pada aspek-aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.
 - Semua pilar (3P) yang ada di *Triple Bottom Line* sudah dipenuhi oleh program CSR ini
 - Pihak-pihak *stakeholders* (karyawan, pemerintah, UMKM, *shareholders*) yang sudah ditentukan oleh perusahaan merasa cukup puas dengan kemajuan dan keberlangsungan dari program ini
 - Kedua pihak, baik PT Danone-AQUA maupun SAGALA, mendapatkan keuntungan dari program ini walaupun keuntungan yang didapat tidak dalam skala dan bentuk yang sama

4.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak CSR PT Danone-AQUA dalam program CSRnya bersama Komunitas UMKM SAGALA. Saran ini berdasarkan kesimpulan yang sudah dijelaskan sebelumnya. Beberapa saran yang ingin diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pihak CSR AQUA dapat memperluas dalam jangkauan pengembangan UMKMinya. 15 anggota SAGALA yang dipilih dan lulus kurasi merupakan anggota UMKM SAGALA yang bergerak di kuliner karena produk-produk tersebut ingin dijadikan buah tangan kepada para tamu perusahaan namun buah tangan tidak hanya makanan, minuman atau

cemilan saja. Buah tangan dapat berupa sapu tangan, pena, atau barang-barang lainnya yang dapat digunakan di kehidupan sehari-hari.

2. Dalam kegiatan pengembangan UMKMnya AQUA mungkin dapat meningkatkan transparansi dalam anggaran dan detail programnya agar masyarakat juga dapat menilai seberapa baik dan bergunanya program ini. Dengan meningkatkan transparansi juga perusahaan dapat mengetahui pendapat masyarakat, karyawan atau pihak *stakeholder* lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abigael, F. (2020). *Implementasi Program Corporate Social Responsibility PT. Danone - AQUA : bijak berplastik di Kepulauan Seribu tahun 2018*. Repository UNPAR.
<https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/12741>
- Aqua Mendominasi Pangsa Pasar Air Kemasan - Grafis Tempo.co*. (2018, March 26). Grafis. Retrieved January 24, 2024, from
<https://grafis.tempo.co/read/1215/aqua-mendominasi-pangsa-pasar-air-kemasan>
- Bhojwani, D. S. (2022). *Penerapan CSR USLP Unilever Pilar Lingkungan melalui Program Bank Sampah untuk Kota Surabaya tahun 2017-2019*. Repository UNPAR.
<https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/15080>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Doane, D. (2005). The Myth of CSR The problem with assuming that companies can do well while also doing good is that markets don't really work that way. *Stanford Social Innovation Review*.
https://www.researchgate.net/profile/Deborah-Doane/publication/235356500_The_myth_of_CSR/links/5440f98e0cf2a76a3cc5c0eb/The-myth-of-CSR.pdf

- Fadillah, A., & Yusalina. (2011). *Analisis Daya Saing Komoditas Unggulan Perikanan Tangkap Kabupaten Sukabumi*. Journal IPB.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/fagb/article/view/8900/6970>
- Gozali, D. A. (2023). *Implementasi Corporate Social Responsibility oleh PT. Cargill Indonesia menggunakan konsep Triple Bottom Line di Desa Kapitu, Sulawesi Utara (2019-2021)*. Repository UNPAR.
<https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/16082>
- Hapsari, Y. N. (2013). Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Sebagai Strategi Pembentukan Citra Perusahaan Sebagai Program Corporate Social Responsibility PT Petrokimia Gresik. *Jurnal unair*.
<https://journal.unair.ac.id/filerPDF/comm60562abc54full.pdf>
- Harahap, M.A, D.N. (2020). *Penelitian Kualitatif*. Wal ashri Publishing.
<http://repository.uinsu.ac.id/9105/1/BUKU%20METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DR.%20NURSAPIA%20HARAHAP,%20M.HUM.pdf>
- Hidayat, T. (2019, August 18). *Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian*. ResearchGate.
https://www.researchgate.net/profile/Taufik-Hidayat-32/publication/335227300_PEMBAHASAN_STUDI_KASUS_SEBAGAI_BAGIAN_METODOLOGI_PENELITIAN/links/5d58b188299bf151badcdc65/PEMBAHASAN-STUDI-KASUS-SEBAGAI-BAGIAN-METODOLOGI-PENELITIAN.pdf

- Jonikas, D. (2012). Value Creation Through CSR At Stakeholders Level. (Vol. 17 No. 2 (2012)). 10.5755
- Kusumastuti, A., FT Tata Busana, & Khoiron, A. M. (2020, October 22). Metode Penelitian Kualitatif. <http://lib.unnes.ac.id/id/eprint/40372>
- Mahsun. (2017). *Metode Penelitian Bahasa Edisi Ketiga*. Rajagrafindo Persada. <http://eprints.unram.ac.id/29724/1/KUM%20C2.%20Buku%20Metode%20Penelitian%20Bahasa.pdf>
- Marwanti, Sumyani, Y., Juliani, R., & Widiyanto, A. (2021). *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility PT. Tirta Investama Subang Dalam Memberdayakan Ekonomi Masyarakat Desa Pasanggrahan Kecamatan Kasomalang Kabupaten Subang*. jurnal-adhikari.id. <https://jurnal-adhikari.id/index.php/adhikari/article/view/29/18>
- Menghwar, P. S., & Daood, A. (2021). Creating shared value: A systematic review, synthesis and integrative perspective. *International Journal of Management Reviews*. 10.1111/ijmr.12252
- Najibullah. (2017). Strategi Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Krakatau Posco dalam Membangun Community Relations. *eprints untirta*. <https://eprints.untirta.ac.id/1083/1/Strategi%20Corporate%20Social%20Responsibility%20%28CSR%29%20PT.%20Krakatau%20Posco%20dalam%20Membangun%20Community%20Relati%20-%20Copy.pdf>
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan*

Menengah. (2013). Peraturan BPK.

<https://peraturan.bpk.go.id/Details/5349/pp-no-17-tahun-2013>

PT Danone AQUA. (2017). *AQUA Grup sebagai Mitra CSR Jabar Mendukung Program Pemerintah Provinsi Jawa Barat untuk Kemanusiaan dan Lingkungan*. AQUA | Danone-AQUA.

<https://aqua.co.id/aqua-grup-sebagai-mitra-csr-jabar-mendukung-program-pemerintah-provinsi-jawa-barat-untuk-kemanusiaan-dan-lingkungan>

Ratnasari, R. (2013). Corporate Social Responsibility, Tanggungjawab Sosial Atau Strategi Perusahaan ? *Jurnal Akuntansi AKUNESA*.

https://core.ac.uk/display/230765448?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1

Risa, Y., & Marwenny, E. (2018). Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Tirta Investama Danone AQUA Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kanagarian Batang Barus Kayu Aro Kabupaten Solok. *Jurnal Cendekia Hukum, vol. 4*.

<https://e-jurnal.stih-pm.ac.id/index.php/cendekeahukum/article/view/51/97>

Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*.

Deepublish.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=9jT4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tahapan+strategi&ots=Eq25qPfB2F&sig=DjxfkDVIfrDA8W6FLLCia2sctVk&redir_esc=y#v=onepage&q=tahapan%20strategi&f=false

- Rumahorbo, A. (2017). Evaluasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Astra Internasional, Tbk. *repository unpar*.
<http://hdl.handle.net/123456789/2168>
- Rumelt, R. (2011). *Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and why it Matters*. Profile Books.
https://www.google.co.id/books/edition/Good_Strategy_Bad_Strategy/nTU65JgxgOAC?hl=en&gbpv=0
- Schmeer, K. (2000). Stakeholder Analysis Guidelines.
https://dev2.cnxus.org/wp-content/uploads/2022/04/Stakeholders_analysis_guidelines.pdf
- Slaper, T. (2013, December 29). *The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?* MIT.
<https://web.mit.edu/2.813/www/readings/TripleBottomLine.pdf>
- Smith, M. K. (2013). What is community? 'Community' in *The encyclopedia of pedagogy and informal education*. <https://infed.org/mobi/community/>
- Sofiah, R., Suhartono, & Hidayah, R. (2020, May 17). *Analisis Karakteristik Sains Teknologi Masyarakat (STM) Sebagai Model Pembelajaran: Sebuah Studi Literatur*. Journal.uniku.
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/pedagogi/article/download/2611/1846>
- Somantri, G. R. (2005). "Memahami Metode Kualitatif" by Gumilar Rusliwa *Somantri*. Scholar Hub Universitas Indonesia.
<https://scholarhub.ui.ac.id/hubsasia/vol9/iss2/8/>

- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Carno Economos*.
<https://e-journal.upp.ac.id/index.php/Cano/article/view/1239>
- Tambunan, C. R. (2023, June 27). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. DJPb.
<https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., & Mustikaningtyas, F. (2021). Good corporate governance and corporate sustainability performance in Indonesia: A triple bottom line approach. *Heliyon*.
[https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440\(21\)00558-2.pdf](https://www.cell.com/heliyon/pdf/S2405-8440(21)00558-2.pdf)
- Tokoro, N. (2007). Stakeholders and Corporate Social Responsibility (CSR): A New Perspective on the Structure of Relationships. *Asian Bus Manage*, 6, 143–162. 10.1057
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Mikro, Kecil, dan Menengah*. (2008). PPID UNUD.
https://ppid.unud.ac.id/img/admin/page_attc/a16a3dba809cb5346a0cbf2c0073cd6d.pdf
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. (2007). OJK.
<https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Documents/5.%20UU-40-2007%20PERSEROAN%20TERBATAS.pdf>

Efektivitas CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Praktik Public

Relations. (2020). JURNAL EKADANTA.

<https://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/32/5>

Wiwaha, R. P. (2022). *Melihat Data Penjualan Merek Air Mineral Paling Laris di*

E-Commerce: Produk Kemasan Botol Masih jadi favorit ! - Kompas.

Kompas Dashboard.

<https://kompas.co.id/article/merek-air-mineral-paling-laris/>