

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia angkatan 2007 menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran program *Corporate Social Responsibility* PT. Gudang Garam Tbk yang terdiri dari indikator *market action*, *mandates action*, dan *voluntary action* dinilai baik oleh responden. Hal ini dibuktikan dari tinjauan kontinum *Corporate Social Responsibility* secara keseluruhan yang dikategorikan tinggi. Mayoritas responden pada umumnya menilai program *Corporate Social Responsibility* PT. Gudang Garam Tbk sudah baik. Skor tertinggi terdapat di indikator *market action* pada tanggapan mengenai penerimaan produk dan *mandates action* pada tanggapan mengenai penyerapan tenaga kerja. Skor paling rendah terdapat di indikator *mandates action* pada tanggapan mengenai keamanan produk.
2. Gambaran citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk yang terdiri dari indikator *personality*, *reputation*, *value/ethic*, dan *corporate identity* dinilai baik oleh responden. Hal ini dibuktikan dari tinjauan kontinum citra perusahaan secara keseluruhan yang dikategorikan tinggi. Skor tertinggi terdapat di indikator *personality* melalui tanggapan tentang pemahaman karakteristik perusahaan

secara umum. Skor paling rendah terdapat di indikator *reputation* pada tanggapan mengenai reputasi perusahaan sebagai pelaksana program *Corporate Social Responsibility* dan indikator *corporate identity* pada tanggapan mengenai daya tarik identitas perusahaan.

3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk pada mahasiswa Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia angkatan 2007, maka penulis mengajukan beberapa hal yang dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam hal meningkatkan kinerja program *Corporate Social Responsibility* serta meningkatkan persepsi citra perusahaan yang baik pada PT. Gudang Garam Tbk:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Corporate Social Responsibility* PT. Gudang Garam Tbk, maka penulis merekomendasikan beberapa saran berikut:
 - a. Perusahaan hendaknya lebih memperluas cakupan wilayah program *Corporate Social Responsibility*. Tidak hanya program yang menjangkau komunitas lokal (Kediri) namun juga menjangkau seluruh Indonesia. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin dan kepercayaan masyarakat akan

meningkat bila perusahaan memperhatikan kepentingan lain selain keuntungan semata.

- b. PT. Gudang Garam Tbk menghasilkan produk yang dinilai sebagian masyarakat menghasilkan efek yang negatif terutama bagi kesehatan. Ada baiknya perusahaan melakukan sosialisasi terbuka tentang rokok, selain memberikan peringatan pasif secara tertulis tentang bahaya mengkonsumsi rokok bagi kesehatan, perusahaan juga dapat mengkomunikasikannya secara aktif melalui seminar, atau alternatif kegiatan lain.
- c. Perusahaan hendaknya memberikan suatu pengarahan khusus baik dalam produk ataupun iklannya tentang larangan merokok untuk anak-anak dibawah umur.
- d. PT Gudang Garam Tbk juga perlu lebih mengembangkan lagi varian produk jenis *mild*, karena selain mengikuti tren pasar saat ini, jenis produk tersebut juga memiliki kadar tingkat nikotin yang rendah.
- e. Perusahaan dapat memberikan bantuan untuk sebuah institusi pendidikan. Salah satu alasan adalah untuk menunjang kegiatan belajar mahasiswa. Fasilitas belajar yang baik akan mendukung kualitas lulusan dari sebuah universitas. Beberapa responden menyarankan bila bantuan yang diberikan perusahaan tidak perlu diikuti dengan promosi kegiatan menjual produk perusahaan. Terkait dengan *market action* dan reputasi PT. Gudang Garam Tbk sebagai perusahaan rokok, perusahaan hendaknya menghindari penampangan atribut perusahaan secara berlebihan.

- f. Menurut hasil penelitian, sebagian besar mahasiswa pria mengkonsumsi rokok. Peraturan kampus yang melarang mahasiswa atau siapapun untuk merokok di gedung baru Universitas Pendidikan Indonesia sering dilanggar terutama oleh mahasiswa. Perusahaan hendaknya dapat bekerjasama dengan kampus untuk memberikan ruang khusus bagi perokok untuk menghindari terjadinya efek perokok pasif.
2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk, maka penulis merekomendasikan beberapa saran berikut:
 - a. Citra perusahaan PT. Gudang Garam Tbk sebagai salah satu perusahaan terbesar di Indonesia popularitasnya mulai tergeser oleh perusahaan pesaing seperti HM. Sampoerna, terutama Djarum. Hendaknya perusahaan dapat lebih meningkatkan program iklannya diberbagai media. Program *Event Sponsorship* dapat menjadi alternatif lain untuk lebih mempopulerkan citra perusahaan.
 - b. Sebagian responden menilai kemasan Gudang Garam kurang menarik dan tidak lagi mengikuti perkembangan waktu, PT. Gudang Garam Tbk hendaknya melakukan usaha peremajaan merek dengan mengganti kemasan produk atau logo perusahaan.

3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi citra perusahaan, oleh karena itu peneliti menyarankan bagi perusahaan ataupun pihak lain yang akan mengadakan penelitian lebih jauh mengenai citra perusahaan untuk mencoba meneliti tentang iklan korporat (*corporate advertising*), *marketing public relation*, atau mengenai *event marketing*.

