

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Strategi Creating Shared Value (CSV) GMEDIA Berbagi untuk meningkatkan brand awareness, peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Penerapan strategi CSV GMEDIA berhasil menciptakan nilai bersama antara perusahaan dengan masyarakat. GMEDIA dapat mengatasi persoalan yang ada di masyarakat dengan penerapan program CSV yang dijalankan. Antara lain, dengan membangun pendidikan berbasis IT dalam kegiatan pembelajaran Bibit Unggul untuk anak-anak remaja, pemberian fasilitas internet gratis untuk masyarakat, dan program CLP untuk memberikan loyalitas kepada pelanggan.
2. Keunggulan strategi program CSV GMEDIA Berbagi (*Shared Value*) diperoleh melalui menerima kembali produk dan pasar *Reconceiving Product & Market* dimana perusahaan mampu membuat inovasi produk yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat disaat tahun pandemi *covid-19* serta pengembangan kluster lokal *Local Cluster Development* dengan adanya program Bibit Unggul yang memberdayakan potensi generasi-generasi muda. Namun GMEDIA belum cukup untuk menerapkan *Redefining Productivity in Value Chain* yaitu kuatnya manajemen rantai pasokan, rantai pasokan dari pemasok kepada pabrik atau perusahaan.
3. Dengan program CSV GMEDIA Berbagi (*Shared Value*) GMEDIA mampu untuk membentuk *Awareness* kepada masyarakat, pelanggan, kolega, dan pemerintahan dalam merekomendasikan, menjaga, dan ikut serta dalam membantu kegiatan kebermanfaatan bersama. Hal tersebut muncul dari pengalaman konsumen GMEDIA dalam mengingat dan mempertahankan produk jasa yang GMEDIA berikan. Serta dibuktikan juga dalam satu tahun terakhir GMEDIA Yogyakarta mampu untuk tidak melakukan kegiatan promosi yang mengeluarkan biaya mahal dikarenakan referensi pelanggan melalui *mouth of mouth* dalam memperkenalkan produk dan kebermanfaatan

program kepada orang terdekatnya.

5.2 Saran

1. Program CSV GMEDA Berbagi (*Shared Value*) yang dijalankan lebih berfokus dalam membentuk *Awareness* yang secara strategi berada diluar pagar (eksternal) akan tetapi GMEDIA juga harus membentuk *support system* yang ada didalam pagar (internal) yaitu dengan menerpakan *Good Corporate Goverment* (GCG) atau tata keloka perusahaan yang baik. Karena CSV merupakan konsep berbagi karena untuk berbagi kebahagiaan keluar maka harus memulai kebahagiaan dari dalam.
2. Pelaksanaan Program CSV GMEDA Berbagi (*Shared Value*) harus lebih ditingkatkan dan diperluas dengan membentuk program CSV lain di daerah cabang GMEDIA, tidak hanya di masyarakat Yogyakarta tempat kantor utama GMEDIA saja. Agar mendapatkan nilai kebermanfaatan lebih serta *Awareness* yang lebih besar.
3. Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk meneliti konsep CSV yang bertujuan menciptakan *Good Corporate Goverment* (GCG) pada perusahaan GMEDIA Yogyakarta.