

## **BAB 4**

### **SIMPULAN**

1. Pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berfokus pada penjualan produk, namun juga meliputi bagaimana tanggung jawab perusahaan untuk memberikan serta melayani konsumen dengan baik. Konsep pemasaran yang baik akan terwujud melalui kegiatan tanggung jawab sosial dalam perusahaan.
2. Tanggung jawab sosial dalam pemasaran meliputi berbagai macam masalah seperti konsumerisasi, lingkungan, regulasi, pemasaran politik dan sosial. Karena besarnya tanggung jawab yang dimiliki pemasaran dalam mengumpulkan dan mengubah sumber menjadi produk, pastinya terjadi pertentangan tentang bagaimana kedua hal ini bisa dicapai.
3. Di beberapa negara (seperti Amerika, Eropa, dan bahkan Indonesia ) dibutuhkan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, walaupun sulit diperoleh kesepakatan atas ukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam aspek sosial. Sementara aspek lingkungan--apalagi aspek ekonomi--memang jauh lebih mudah diukur. Banyak perusahaan sekarang (Indofood, Sony Erricson, Pertamina) ([www.sonyericsson.co.id](http://www.sonyericsson.co.id) ).
4. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan akan membantu perusahaan dalam memperoleh kepercayaan dari dalam diri konsumen sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang cukup besar dan produk yang dihasilkan

perusahaan di sukai oleh konsumen serta meningkatkan volume penjualannya.



## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bertens, K., 2000, ***Pengantar Etika Bisnis***, Cetakan Ke Lima, Kanisius, Jakarta.
- Gitosudarmo, I., 2001, ***Pengantar Bisnis***, Edisi Ke Dua, Yogyakarta: BPFE.
- Keraf, A. S, 2004, ***Etika Bisnis***, Edisi Ketiga dengan Revisi, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Karna, J., Hansen E., Juslin. H., 2001, Social Responsibility Environmental Marketing Planning, ***European Journal of Marketing***, Vol. 37. No.5/6.
- Kotler, P. and G. Armstrong, 1998, ***Dasar-Dasar Pemasaran : Principles Of Marketing 7e***, Jilid 1, Jakarta: Pt Prenhallindo.
- Rindjin., K, 2004, ***Etika Bisnis dan Implementasinya***, Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Sulisyanti, 2005, Keterkaitan antara Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Kinerja dan Nilai Perusahaan, *Artikel Program Pasca Sarjana Magister dan Doktor Universitas Gadjah Mada*, Yogyakarta.
- Wibisono., Y, 2007, ***Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility***, Gresik: Fascho Publishing.
- <http://www.klikbca.com/individual/silver/company.html?s=6>
- <http://www.sonyericsson.com/cws/companyandpress/aboutus/socialresponsibility?cc=id&lc=id>
- <http://www.thebodyshopinternational.com/About+Us/Our+Company/Our+company.htm>
- [http://www.pertamina.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=47&Itemid=46](http://www.pertamina.com/index.php?option=com_content&task=view&id=47&Itemid=46)

