

## EXECUTIVE SUMMARY

LED is a breakthrough technology in industrial lamps with tons of advantages compared to conventional lamps. It is unfortunate that the existence of LED lamps has yet to be widely accepted by Indonesians, especially by those who live in rural areas. With such high cost, a strong resistance will show up in adopting this technology.

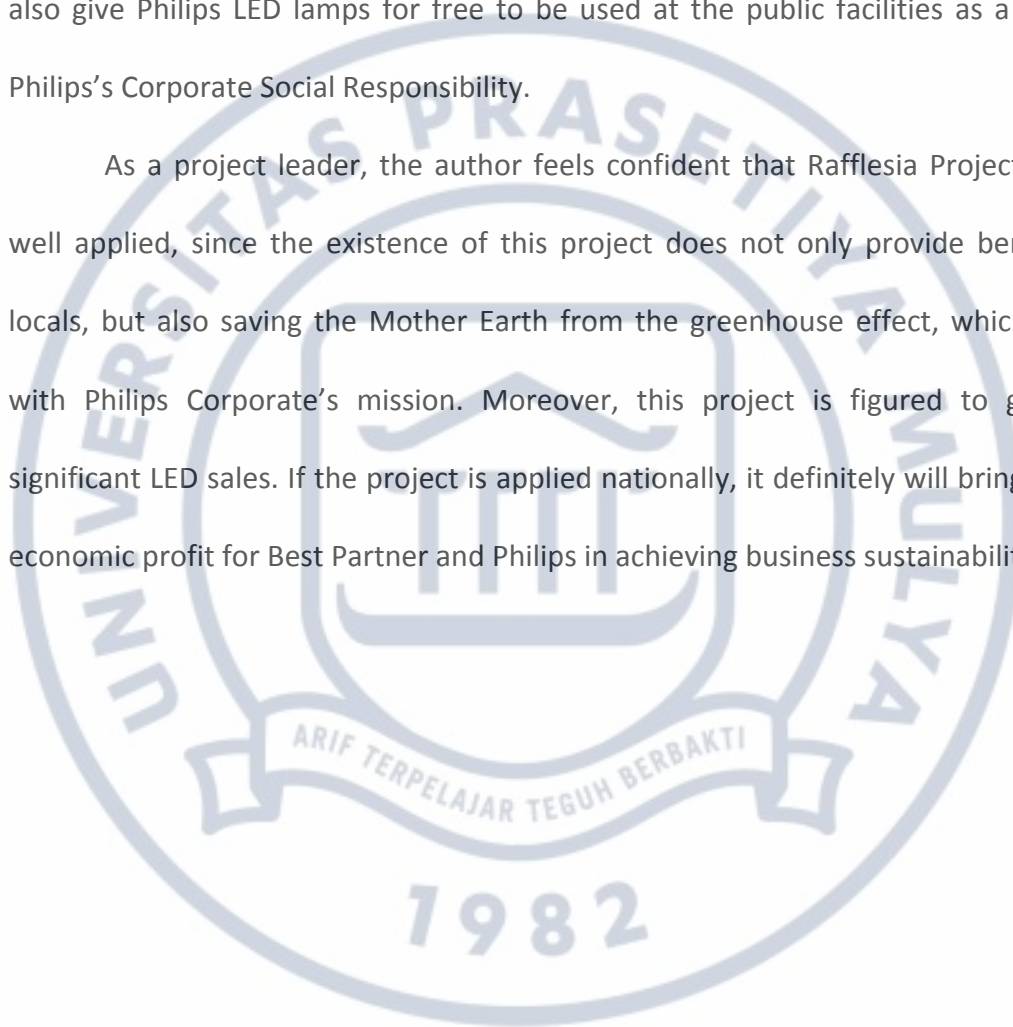
Starting from those strong consumers resistance, the author developed a series of Rafflesia projects as a pilot project that brings the concept of Triple Bottom Line. This concept gives a clue on how to build business sustainability, including the aspect of People, Planet, and Profit. For the people and the planet aspect, Rafflesia Project give education through dissemination of the importance of electricity savings to majority villager who do not care about the issue of global warming. In addition, conversion of conventional lamps to LED lamps is influential to the decrease of electricity consumption. It is also needless to say that the profit aspect is inseparable from Rafflesia Project to generate LED sales to 800 units, by using cost ratio as big as 27% of sales. If this project is compared to the previous promotion, which generates sales to Rp 19.258.800 with cost of Rp 21.000.000, the Rafflesia Project certainly worth more value to the company.

Generally, the mechanism of Rafflesia Project is appointing Sumber Bening village as an LED Philips Village. Afterwards, as the company's extension in the local village, Philips will promote Khaidir Store to be LEDMO (LED Mini Toko) Philips. The essence of this project is to provide incentives in the form of credits, subsidies, and other bonuses to villager, in order to suppress resistance factors in adopting the LED;

therefore they are willing and able to buy Philips LED lamps.

The Rafflesia Project also applies more interactive and creative socialization media in conveying the benefit of LED lamps and the importance of saving electrical energy. Not only that, to attract the attention of the public, the Rafflesia Project will also give Philips LED lamps for free to be used at the public facilities as a form of Philips's Corporate Social Responsibility.

As a project leader, the author feels confident that Rafflesia Project can be well applied, since the existence of this project does not only provide benefits to locals, but also saving the Mother Earth from the greenhouse effect, which in line with Philips Corporate's mission. Moreover, this project is figured to generate significant LED sales. If the project is applied nationally, it definitely will bring a good economic profit for Best Partner and Philips in achieving business sustainability.



## RINGKASAN EKSEKUTIF

LED merupakan sebuah terobosan teknologi dalam industri lampu yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan lampu konvensional sebelumnya. Sangat disayangkan bahwa keberadaan lampu LED ini belum dapat secara luas diterima oleh masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat yang berdomisili di daerah pedesaan. Terlebih harga LED yang tinggi tentu menimbulkan penolakan yang kuat dalam mengadopsi teknologi ini.

Berangkat dari tingginya penolakan konsumen ini, penulis mengembangkan serangkaian Proyek Rafflesia sebagai proyek percontohan yang mengusung konsep *Triple Bottom Line*. Konsep ini memberikan petunjuk bagaimana membangun sebuah sustainabilitas bisnis yang mencakup aspek *People*, *Planet*, dan *Profit*. Pada aspek *people* dan *planet*, proyek Rafflesia memberikan edukasi melalui sosialisasi terhadap pentingnya penghematan listrik kepada masyarakat desa yang mayoritas belum peduli terhadap isu pemanasan global. Di samping itu, konversi dari lampu konvensional menuju ke lampu LED juga sangat berpengaruh terhadap penurunan angka konsumsi listrik. Aspek *profit* tentu tidak terlepas dari Proyek Rafflesia yang menghasilkan penjualan LED hingga 800 unit, dengan menggunakan rasio biaya sebesar 27% dari penjualan. Apabila dibandingkan dengan promo LED sebelumnya yang menghasilkan penjualan Rp19.258.800 dengan biaya Rp21.000.000, Proyek Rafflesia akan memberikan nilai lebih bagi perusahaan.

Mekanisme Proyek Rafflesia secara umum adalah menunjuk Desa Sumber Bening sebagai Desa LED Philips. Kemudian sebagai perpanjangan tangan Philips di desa setempat, Pihak Philips akan mempromosikan satu toko yaitu Toko Khaidir

untuk menjadi LEDMO (LED Mini Toko) Philips. Intisari dari proyek ini adalah memberikan keringanan berupa kredit, subsidi, dan bonus lainnya kepada masyarakat desa agar dapat menekan faktor penolakan konsumen dalam mengadopsi LED sehingga masyarakat desa mau dan mampu membeli lampu LED Philips.

Proyek Rafflesia juga menggunakan media sosialisasi yang lebih interaktif dan kreatif dalam menyampaikan benefit produk LED dan pentingnya penghematan energi listrik. Tidak hanya itu, untuk menarik perhatian masyarakat, Proyek Rafflesia memberikan lampu LED Philips secara cuma-cuma sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* yang akan digunakan pada fasilitas umum di desa setempat.

Sebagai *project leader*, penulis merasa yakin bahwa Proyek Rafflesia dapat diaplikasikan dengan baik karena keberadaan Proyek Rafflesia yang tidak hanya memberikan manfaat bagi penduduk desa, tapi juga membantu menyelamatkan bumi dari efek rumah kaca, tentu sangat sejalan dengan misi Philips. Ditambah lagi proyek ini dirancang untuk meningkatkan penjualan LED yang cukup signifikan sehingga jika diaplikasikan secara nasional, tentu akan memberikan keuntungan ekonomis, baik untuk *Best Partner* maupun Philips dalam mencapai sustainibilitas bisnis.