

## **BAB V**

### **PENUTUP**

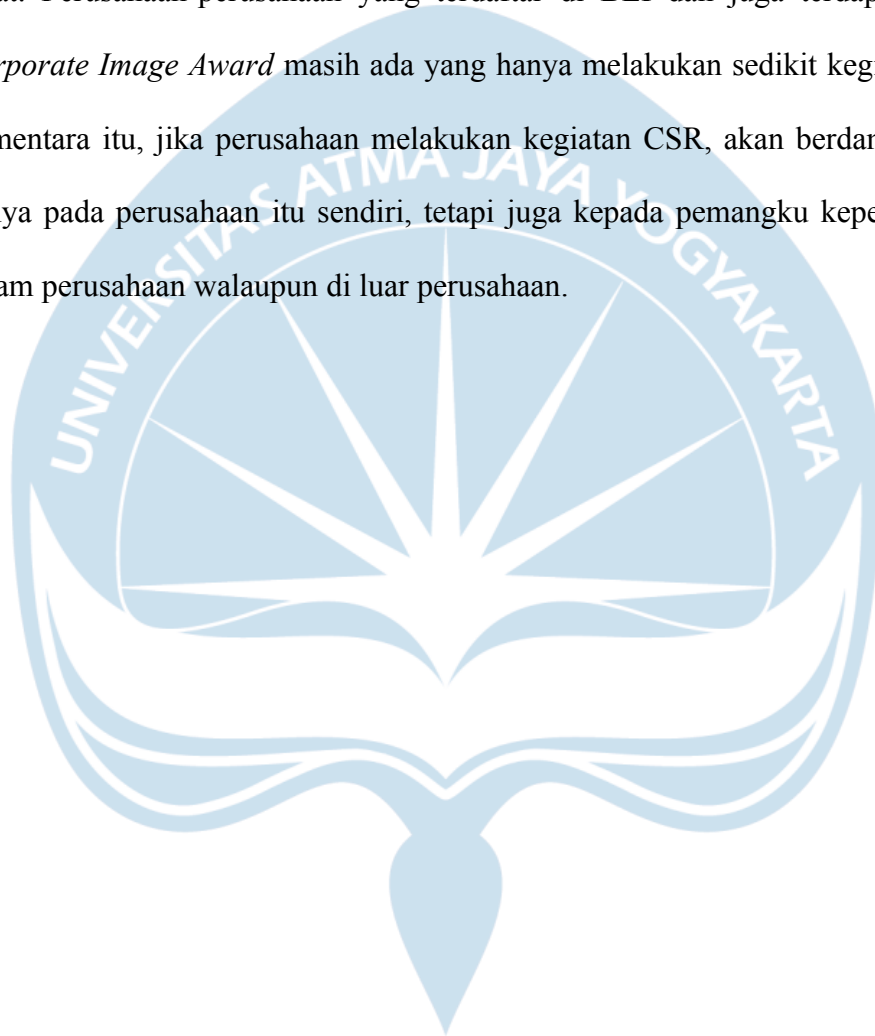
#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh CSR internal dan CSR eksternal terhadap reputasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR internal dan eksternal keduanya berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Penelitian ini juga menunjukkan hasil bahwa variabel ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh terhadap reputasi perusahaan.

#### **5.2. Keterbatasan dan Saran**

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pengukuran dari variabel dependen, yaitu reputasi perusahaan menggunakan web *Corporate Image Award* yang mana tidak seluruh perusahaan terdaftar pada web tersebut. Hal ini menyebabkan sampel pada penelitian ini terbatas pada perusahaan yang terdaftar pada web tersebut. Kemudian, keterbatasan yang berikutnya adalah pengukuran variabel independen yang subjektif, karena informasi di laporan tahunan mengenai *Corporate Social Responsibility* tidak dipaparkan secara lengkap dan rinci, sehingga peneliti harus menaksir apakah informasi tersebut termasuk dalam pengungkapan indikator CSR.

Saran untuk peneliti berikutnya adalah peneliti harus memahami informasi yang dipaparkan di laporan tahunan perusahaan dan/atau laporan keberlanjutan secara mendalam, sehingga dapat mengungkapkan setiap indikatornya secara tepat. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI dan juga terdapat di web *Corporate Image Award* masih ada yang hanya melakukan sedikit kegiatan CSR. Sementara itu, jika perusahaan melakukan kegiatan CSR, akan berdampak tidak hanya pada perusahaan itu sendiri, tetapi juga kepada pemangku kepentingan di dalam perusahaan walaupun di luar perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Pramono H. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Reputasi Perusahaan. *Universitas Jenderal Soedirman*, 5(1), 3-5.
- Afandi, Aprilian A. (2019). Pengaruh Kinerja Perusahaan dan Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) terhadap Reputasi Perusahaan. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 7(1), 37-58.
- Brammer, S., Millington, A., Rayton, B. (2007). The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.
- Catano, V. and Morrow Hines, H., (2016). The Influence of Corporate Social Responsibility, Psychologically Healthy Workplaces, and Individual Values in Attracting Millennial Job Applicants. *Canadian Journal of Behavioural Science / Revue canadienne des sciences du comportement*, 48(2), 142-154.
- Chapagain, B.R. (2021), The Effects of Internal, External and Aggregated CSR Practices on the Firm's Reputation and Profitability, *Rajagiri Management Journal*, 16(2), 118-130.
- Corporate Image Award Web*. <https://imacaward.com/>
- Farooq O., Payaud M., Merunka D., Valette-Florence P. (2014). The Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment:

- Exploring Multiple Mediation Mechanisms. *J. Bus. Ethics*, 125(4), 563-580.
- Fombrun, Charles J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Freeman, R.E. dan J. McVea. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, Pitman.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hameed, I., Riaz, Z., Arain, G. and Farooq, O., (2019). How Do Internal and External CSR Affect Employees' Organizational Identification? A Perspective from the Group Engagement Model. *Frontiers in Psychology*, 7, 788.
- Hartono. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hery. (2015). *Analisis Kinerja Manajemen*. Jakarta: Gramedia Widiasarana
- Jones, R. (2005). Finding Sources of Brand Value: Developing a Stakeholder Model of Brand Equity. *Journal of Brand Management*, 13(1), 10-32.
- Jones, T. M. (1980). *Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined*. *California Management Review*, 22(2), 59-67.

- Kartikasari, N. D., Hidayat, K., Yulianto, E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan Multinasional. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 43(1), 8-16.
- Kasmir. (2015). Analisis Laporan Keuangan. Edisi Satu. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kim, B.J., Nurunnabi M., Kim, T.H., Jung, S.Y. (2018). The Influence of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment: The Sequential Mediating Effect of Meaningfulness of Work and Perceived Organizational Support. *Sustainability Journal*, 10(7), 2208.
- Matten, D. and Moon, J. (2020). Reflections on the 2018 Decade Award: The Meaning and Dynamics of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 45(1), 7-28.
- Minor D. dan Morgan J. (2011). CSR as Reputation Insurance: Primum non Nocere. *Calif. Manag. Rev*, 53(3), 40-59.
- Nikolova, S. Arsić. (2017). The Stakeholder Approach in Corporate Social Responsibility. *Engineering Management*, 3(1), 24-35.
- Pedersen, E. R. G. dan Bjartmarz T. (2015). Corporate Social Responsibility. London: Sage.
- Perez, A., dan Rodriguez, I. (2012). Measuring CSR Image: Three Studies to Develop and to Validate a Reliable Measurement Tool. *Springer Science+Business Media Dordrecht*, 118(2), 265-286.

- Pivato, S., Misani, N. and Tencati, A. (2008). The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food. *Business Ethics: A European Review*, 17(1), 3-12.
- Rusmana, Agus, et al. (2019). The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0: Book Chapter Komunikasi Organisasi. Bandung: Media Akselerasi.
- Stephenson, A. K. (2009). The pursuit of CSR and Business Ethics Policies: Is It a Source of Competitive Advantage for Organizations?. *Journal of American Academy of Business*, 14(2), 251-262.
- Story, J. S. P., dan Castanheira, F. (2019). Corporate Social Responsibility and Employee Performance: Mediation Role of Job Satisfaction and Affective Commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1-10.
- Susanto, Y.K., dan Tarigan, J. (2013). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Jurnal Business Accounting Review*, 1.
- Syairozi, Muhammad Imam. (2019). Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan. Magelang: Tidar Media.
- Tremblay M., Cloutier J., Simard G., Chênevert D., Vandenberghe C. (2010). The Role of HRM Practices, Procedural Justice, Organizational Support and Trust In Organizational Commitment and In-Role and Extra-Role Performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(3), 405-433.

Wibisono, Yusuf. (2007). Membedah Konsep & Aplikasi Corporate Social Responsibility. Jawa Timur. Fascho Publishing.



**LAMPIRAN**