

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis mengenai **“Pengaruh Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Pada : Karyawan di Kantor Wilayah Bandung PT. BNI Life Insurance)”**, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini.

1. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Kantor Wilayah Bandung PT. BNI Life Insurance, didapatkan bahwa PT. BNI Life Insurance Wilayah Bandung sudah melakukan beberapa program *corporate social responsibility* seperti program bantuan kesehatan, aksi donor darah, dan *employee gathering*. Program tersebut rutin dilakukan demi meningkatkan hubungan perusahaan dengan karyawan dan masyarakat sekitar guna meningkatkan reputasi perusahaan.
2. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan di Kantor Wilayah Bandung PT. BNI Life Insurance, didapatkan bahwa reputasi perusahaan PT. BNI Life Insurance Wilayah Bandung sudah sangat baik, kesimpulan ini diambil berdasarkan jawaban dari data kuesioner yang didominasi jawaban “setuju” dan “sangat setuju”, walaupun berdasarkan hasil riset yang peneliti lakukan di internet, peneliti masih menemukan beberapa komplain dari konsumen seperti masalah sikap tidak kooperatif karyawan terhadap beberapa masalah yang dihadapi nasabah ataupun masalah seputar kurang jelasnya informasi jasa yang diberikan sehingga hal tersebut cukup mempengaruhi reputasi perusahaan PT. BNI Life Insurance di dunia maya. Peneliti sebelumnya sudah melakukan survei terhadap 15 orang untuk ditanyai mengenai pengetahuan mereka seputar PT. BNI Life Insurance Wilayah Bandung dan dari hasil survei tersebut

hanya ditemukan 5 orang yang mengetahui keberadaan PT. BNI Life Insurance Wilayah Bandung dan jasa apa saja yang mereka tawarkan, dari hasil survei tersebut maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa reputasi perusahaan PT. BNI Life Insurance Wilayah Bandung di kalangan publik masih kurang.

3. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pengolahan hasil dari data kuesioner yang diperoleh dari karyawan (responden) diolah dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu program IBM SPSS versi 19.00. Data diuji dengan menggunakan teknik uji instrumen berupa uji validitas, uji reliabilitas, dan uji signifikansi parameter individual (uji statistik t). Berdasarkan data kuesioner yang telah diuji dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan di Kantor Wilayah Bandung PT. BNI Life Insurance sebesar 62%, sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas jasa, kepuasan pelanggan, inovasi perusahaan, sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan, dan kemampuan berkomunikasi perusahaan.

5.2. Saran dan Keterbatasan Penelitian

Saran dan keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Pada penelitian ini masih banyak poin-poin pertanyaan pada kuesioner yang tidak *valid*. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, calon peneliti menyusun pertanyaan-pertanyaan yang lebih tepat sasaran agar pada penelitian selanjutnya, hasil dari penelitian ini bisa lebih mendukung teori-teori hubungan *corporate social responsibility* pada reputasi perusahaan yang sudah ada sebelumnya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di satu perusahaan saja. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, calon peneliti dapat melakukan

penelitian di beberapa perusahaan untuk mendapatkan perbandingan mengenai pelaksanaan program *corporate social responsibility* dan reputasi perusahaan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya.

3. Pada penelitian ini hanya terdapat 50 sampel yang diuji. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, calon peneliti dapat mengambil lebih banyak sampel untuk diuji agar hasil yang didapatkan lebih *valid* dari penelitian sebelumnya.
4. Pada penelitian ini hanya dilakukan satu kali pengambilan sampel. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, calon peneliti melakukan lebih dari satu kali pengambilan sampel agar kuesioner disebar dan diisi oleh sampel yang tepat.

5.3. Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Implikasi Teoritis, penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi pada teori yang ada mengenai hubungan *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan. Melalui penelitian ini, diharapkan semakin menguatkan teori tersebut dan dapat meyakinkan pembaca dan juga perusahaan bahwa pelaksanaan program *corporate social responsibility* memang berpengaruh secara positif dan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan reputasinya.
2. Implikasi Manajerial, penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan pandangan pada perusahaan terhadap pelaksanaan program *corporate social responsibility* terhadap reputasi perusahaan, diharapkan melalui hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk perusahaan dalam membuat dan menerapkan kebijakan-kebijakan mengenai pelaksanaan program *corporate social responsibility* yang nantinya akan berdampak baik terhadap perusahaan itu sendiri.