

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

1. Penelitian ini menemukan bahwa luas pengungkapan website CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan.
2. Penelitian ini menemukan bahwa luas pengungkapan website CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan.
3. Penelitian ini menemukan bahwa reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan langsung terhadap kinerja bisnis perusahaan.
4. Penelitian ini menemukan bahwa reputasi perusahaan tidak memediasi pengaruh luas pengungkapan website CSR terhadap kinerja bisnis perusahaan.
5. Penelitian ini menemukan bahwa *cost leadership* melemahkan pengaruh luas pengungkapan website CSR terhadap kinerja bisnis perusahaan.

#### 5.3 Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian diantaranya:

1. Penelitian ini menggunakan *wayback machine* untuk menelusuri informasi masa lalu perusahaan. *Wayback machine* memiliki keterbatasan dalam menangkap informasi.
2. Penelitian ini menilai luas pengungkapan website CSR menggunakan checklist sehingga ada unsur subyektifitas.

3. Penelitian ini reputasi perusahaan diukur menggunakan *Market to Book Ratio* (MtB) karena Indonesia tidak memiliki lembaga independen.
4. Penelitian ini kinerja bisnis perusahaan diproksi dengan *Return on Assets* (ROA) yang menggambarkan data akuntansi.
5. Penelitian ini menggunakan Stata sebagai alat analisis data.

### 5.3 Saran

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan arsip digital lain untuk dapat menelusuri informasi masa lalu perusahaan, seperti facebook, twitter, ataupun instgram.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan analisis teks otomatis dengan software Nvivo untuk mengurangi unsur subjektivitas.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan penggunaan indeks reputasi yang dapat dikembangkan berdasarkan survei terhadap konsumen, investor, atau analisis media sosial yang menggambarkan persepsi publik. Selain itu, integrasi data dari lembaga riset internasional seperti RepTrak atau Brand Finance yang menilai reputasi global dapat menjadi alternatif.
4. Penelitian selanjutnya sebaiknya kinerja bisnis perusahaan mempertimbangkan indikator lain dalam mengukur kinerja bisnis perusahaan untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif seperti Tobin's Q.
5. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan SEM-PLS sebagai alat analisis data agar lebih komprehensif.

## **5.4 Implikasi**

### **5.4.1 Implikasi Teoritis**

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori pemangku kepentingan dengan menunjukkan bahwa luas pengungkapan website CSR tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis perusahaan maupun reputasi perusahaan. Hasil temuan ini menantang asumsi umum dalam teori pemangku kepentingan bahwa transparansi dan pengungkapan CSR selalu berkontribusi positif terhadap kinerja bisnis perusahaan. Selain itu, hasil temuan ini mendukung relevansi teori shareholder yang berfokus pada pemaksimalan keuntungan pemegang saham, di mana ditemukan bahwa peningkatan kinerja bisnis perusahaan justru mengurangi perhatian terhadap kegiatan CSR. Lebih lanjut, hasil temuan bahwa strategi cost leadership melemahkan pengaruh luas pengungkapan website CSR terhadap kinerja bisnis perusahaan juga menambah wawasan dalam literatur strategi bisnis, mengindikasikan bahwa fokus pada efisiensi biaya dapat mengurangi investasi dalam pengungkapan CSR yang luas.

### **5.4.2 Implikasi Praktis**

Penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi perusahaan. Pertama, perusahaan harus fokus pada pengungkapan CSR yang relevan dengan bisnis inti dan dilakukan dengan komitmen nyata sehingga menghindari kesan formalitas yang dapat merusak reputasi perusahaan. Kedua, perusahaan harus mengintegrasikan praktik CSR ke dalam strategi bisnis untuk memastikan bahwa CSR bukan hanya pengeluaran tambahan tetapi juga bagian dari upaya peningkatan kinerja bisnis perusahaan jangka panjang. Selain itu, perusahaan perlu melakukan pengungkapan informasi CSR terkini di website untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan pemangku kepentingan.

Bagi regulator, penelitian ini menekankan pentingnya melakukan peningkatan peraturan terkait area apa saja yang harus diungkapkan di dalam website CSR. Terakhir, bagi pemangku kepentingan, penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya partisipasi aktif dari pemangku kepentingan dalam mengevaluasi dan memberikan umpan balik perbaikan terhadap kegiatan CSR perusahaan, serta mendukung perusahaan yang menunjukkan komitmen nyata terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan.

