

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan citra perusahaan Carrefour pada warga RW 001, Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Tingkat tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi akan mempengaruhi tingginya citra perusahaan. Kegiatan tanggung jawab diskresioner yang bersifat filantropis (sosial) sangat dominan, sebesar 21,64% dalam mempengaruhi citra perusahaan.

Dari hasil penelitian, citra perusahaan Carrefour pada warga RW 001, Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur ditentukan oleh tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 30,76% dan sisanya sebesar 69,24% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti strategi promosi, hubungan masyarakat, dan penggunaan teknologi

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan citra perusahaan Carrefour pada warga RW 001, Kelurahan Penggilingan, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. Hal ini membuktikan bahwa tanggung

jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan citra perusahaan.

Implikasi dari penelitian ini adalah Carrefour harus mampu membangun tanggung jawab sosial perusahaan yang baik melalui pelayanan serta kegiatan sosial yang lebih transparan agar konsumen lebih tertarik berbelanja di Carrefour. Sehingga, dapat menstimulus citra perusahaan, dan konsumen akan semakin senang berbelanja di Carrefour.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa tanggung jawab diskresioner adalah indikator yang paling dominan. Maka, tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk diskresioner ini harus dipertahankan karena memberikan pengaruh terhadap citra perusahaan secara dominan sebesar 21,64%. Kemudian, tanggung jawab etika melalui praktik bisnis yang transparan dan jujur harus ditingkatkan karena ini merupakan indikator yang memiliki persen indikator dominan paling kecil sebesar 19,38%. Jika Carrefour dapat meningkatkan praktik bisnis yang transparan dan jujur, maka, konsumen akan semakin menyukai dan percaya pada Carrefour, sehingga citra perusahaan Carrefour dimata konsumen pun terus meningkat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan citra perusahaan adalah:

1. Carrefour dapat mempertahankan dan meningkatkan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaannya, khususnya pada tanggung

jawab diskresioner (kegiatan sosial), karena hal tersebut merupakan salah satu kekuatan untuk membentuk citra perusahaan di benak konsumen. Seperti, kegiatan beasiswa, peduli lingkungan, dan kegiatan sosial lainnya.

2. Carrefour, sebaiknya lebih transparan mengenai dana sumbangan dalam program *dare to share* yang diberikan dari sebagian uang kembalian konsumen dengan membuat hasil laporan sumbangan di setiap gerai.
3. Carrefour dapat melaksanakan tanggung jawab sosial secara menyeluruh, tidak hanya bagi pelanggannya, namun juga bagi masyarakat sekitar gerai Carrefour, seperti warga RW 001 Kelurahan Penggilingan Kecamatan Cakung, sehingga hal ini nantinya dapat meningkatkan citra perusahaan Carrefour di mata warga RW 001.
4. Sebaiknya, Carrefour terus meningkatkan kerjasama dengan UMKM dengan begitu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar dan meningkatkan citra positif dari konsumen.