

The role of corporate social responsibility and public relations capability in enhancing business performance mediating of corporate association and marketing strategy an analysis in Pelindo 1 Medan = Peran kapabilitas tanggung jawab sosial dan hubungan masyarakat dalam meningkatkan performa bisnis: mediasi dari asosiasi korporat dan strategi pemasaran sebuah analisa di Pelindo 1 Medan

Aretha Saud, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458708&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Pentingnya tanggung jawab sosial terhadap perusahaan tetap menjadi isu penting yang harus dihadapi dalam dekade terakhir ini. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial atau pengembangan berkelanjutan perusahaan berperan sebagai pendorong utama keunggulan kompetitif dan kesejahteraan sosial perusahaan jika dikelola dengan baik.

Penelitian ini menguji peran tanggung jawab sosial dan hubungan masyarakat dalam meningkatkan kinerja usaha yang dilihat dari perspektif karyawan di lingkungan BUMN yang mengelola pelabuhan di sebelah barat Indonesia. Penelitian ini menggunakan survei terhadap 47 responden dan SmartPLS.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kemampuan tanggung jawab sosial dan hubungan masyarakat dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui asosiasi korporat, reputasi perusahaan, dan orientasi pelanggan.

Temuan ini menyumbangkan manfaat tanggung jawab social dan hubungan masyarakat dalam rangka penciptaan nilai yang tidak dipengaruhi oleh B2B dan struktur pasar monopoli.

*The pertinence of Corporate Social Responsibility CSR to companies remains a prominent issue to be addressed in these last decades. Prior research suggests that CSR activities or corporate sustainable development confer as key drivers for a firm rsquo s sustainable competitive advantage and social welfare if properly administered.*

*This research examines the role of CSR and Public Relations PR in enhancing business performance through the perspectives of employees within a SOE which regulates the ports in west side of Indonesia. The research is conducted by utilizing the surveys of 47 respondents and SmartPLS.*

*The outcome offers that CSR and PR capability could enhance business performance through CSR Association, Corporate Reputation, and Customer Orientation. The conclusion from this research contributes a benefit of CSR and PR capabilities in terms of value creation, undeterred by monopoly and B2B market structure.*