



DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v8i1>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Peran *Good Corporate Governance* (GCG) dalam Membangun Reputasi Perusahaan dan Dampaknya terhadap *Stakeholder Engagement* pada PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk

Melly Elita¹, Valentina Happy Vanesa², Isyak Meirobie³

¹Universitas Agung Podomoro, Jakarta, Indonesia, melly.elita@podomorouniversity.ac.id

²Universitas Agung Podomoro, Jakarta, Indonesia, happyvanesa1302@gmail.com

³Universitas Agung Podomoro, Jakarta, Indonesia, isyak.meirobie@podomorouniversity.ac.id

Corresponding Author: melly.elita@podomorouniversity.ac.id¹

Abstract: *The growing complexity of business competition requires public companies to build stakeholder trust through consistent, transparent, and accountable governance rather than financial performance alone. Prior studies on Good Corporate Governance (GCG), corporate reputation, and stakeholder engagement remain dominated by quantitative approaches in the banking sector, leaving a research gap in the chemical-trading sector and in the mediating role of reputation. This study aims to explore how the application of GCG at PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk (PT KKS) shapes corporate reputation and how the reputation strengthens stakeholder engagement. Employing a qualitative case-study design, data were gathered through in-depth interviews with seven informants across three stakeholder groups, which are management-employees, investors, and the community, non-participant observation, and document analysis, and analysed using reflexive thematic analysis within the Miles and Huberman interactive model. The findings reveal that the TARIF principles are perceived as living governance rather than administrative compliance, with transparency and responsibility emerging as the most critical dimensions in the chemical sector. Reputation functions as a conceptual mediating mechanism translating governance perceptions into trust, participation, and commitment, while the go public (Tbk) status acts as a turning point, strengthening external reputation. The novelty of this study lies in positioning reputation as a social-process mediator connecting GCG and engagement, evidenced qualitatively in an under-explored specialty-chemical trading context.*

Keyword: *Good Corporate Governance, corporate reputation, stakeholder engagement, thematic analysis, chemical trading*

Abstrak: Kompleksitas persaingan bisnis menuntut perusahaan publik membangun kepercayaan pemangku kepentingan melalui tata kelola yang konsisten, transparan, dan bertanggung jawab, bukan sekadar kinerja finansial. Studi terdahulu mengenai *Good Corporate Governance* (GCG), reputasi perusahaan, dan *stakeholder engagement* masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif pada sektor perbankan, sehingga menyisakan celah penelitian pada sektor perdagangan bahan kimia dan pada peran mediasi reputasi. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi penerapan GCG di PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk (PT KKS) dalam

membentuk reputasi perusahaan serta peran reputasi tersebut dalam memperkuat *stakeholder engagement*. Dengan desain studi kasus kualitatif, data dikumpulkan, melalui wawancara mendalam terhadap tujuh informan dari tiga kelompok pemangku kepentingan (*stakeholder*) yaitu manajer-karyawan, investor, dan komunitas, observasi non-partisipan, dan analisis dokumen, kemudian dianalisis menggunakan *reflexive thematic analysis* dalam kerangka model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip TARIF dipersepsikan sebagai tata kelola yang dihidupi (*living governance*), bukan kepatuhan administratif, dengan transparansi dan responsibilitas sebagai dimensi paling kritis pada sektor kimia. Reputasi berfungsi sebagai mekanisme perantara konseptual yang menerjemahkan persepsi tata kelola menjadi kepercayaan, partisipasi, dan komitmen, sementara status *go public* (Tbk) menjadi titik balik penguatan reputasi eksternal. Kebaruan penelitian terletak pada penempatan reputasi sebagai mediator proses sosial yang menghubungkan GCG dan *engagement*, yang dibuktikan secara kualitatif pada konteks perdagangan bahan kimia spesialis yang belum banyak dieksplorasi.

Kata Kunci: *Good Corporate Governance*, reputasi perusahaan, *stakeholder engagement*, analisis tematik, perdagangan bahan kimia

PENDAHULUAN

Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin kompleks, perusahaan kini menghadapi tuntutan yang jauh melampaui sekadar pencapaian finansial. Kepercayaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) tidak lagi tumbuh secara otomatis dari laporan laba yang positif, melainkan harus dibangun melalui tata kelola yang konsisten, transparan, dan bertanggung jawab. Bagi perusahaan publik yang beroperasi di bawah pengawasan ketat regulator dan investor, praktik *Good Corporate Governance* (GCG) bukan lagi pelengkap administratif, melainkan fondasi yang menentukan reputasi, nilai perusahaan, dan keberlangsungan usaha jangka panjang (Aguilera & Ruiz-Castillo, 2025; Sihalohe et al., 2023).

PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk (PT KKS) merupakan salah satu pemain strategis dalam industri perdagangan bahan kimia di Indonesia yang berperan sebagai importir dan distributor bagi sektor konstruksi, plastik dan resin, tekstil, hingga makanan dan minuman. Sebagai bagian dari Catur Sentosa Adiprana Group, perusahaan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 8 Agustus 2022 dengan kode KKES, sehingga berstatus sebagai perusahaan terbuka (Tbk) dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Status tersebut mewajibkan perusahaan menerapkan prinsip TARIF (*Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, dan Fairness*) secara konsisten seperti yang diamanatkan oleh regulasi emiten di Indonesia (Sihalohe et al., 2023).

Industri kimia merupakan sektor dengan tingkat risiko tinggi terhadap aspek Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) dan lingkungan, sehingga isu *Environmental, Social, and Governance* (ESG) semakin mendapat perhatian investor maupun publik. Pada industri dengan dampak besar pada lingkungan, tata kelola memegang peranan yang semakin penting karena perusahaan berada di bawah pengawasan yang lebih ketat terkait pelaporan tanggung jawab lingkungan dan sosial (Li et al., 2024). Penerapan GCG secara substantif diyakini mampu membentuk reputasi yang positif. Perusahaan yang mengungkapkan informasi ESG secara baik terbukti memiliki reputasi yang lebih kuat dan biaya pendanaan yang lebih rendah (Maaloul et al., 2023), sedangkan reputasi yang kuat turut meningkatkan keterlibatan karyawan (*employee engagement*) (Kujala et al., 2022).

Meskipun hubungan positif antara GCG, reputasi, dan kepercayaan semakin banyak dibahas, mekanisme konkretnya di lapangan masih menyisakan celah penelitian (*research gap*) yang signifikan. Pertama, mayoritas studi terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan berfokus pada sektor keuangan dan perbankan (Ben Fatma & Chouaibi, 2024; Doni et al.,

2022), sehingga pengalaman subjektif *stakeholder* terhadap praktik GCG di sektor perdagangan bahan kimia belum tertangkap secara utuh. Kedua, belum banyak penelitian mendalam yang mengeksplorasi dinamika GCG pada emiten bahan kimia dalam konteks lokal Indonesia (Calciolari et al., 2024). Ketiga, hubungan GCG – reputasi – *stakeholder engagement* cenderung dikaji secara parsial, dan studi yang menempatkan reputasi sebagai variabel mediasi masih terbatas (García-Sánchez et al., 2022).

Tanpa pemahaman mendalam mengenai mekanisme tersebut, terdapat risiko penerapan GCG di PT KKS hanya berhenti pada pemenuhan kewajiban (*compliance-driven*), bukan menjadi sumber keunggulan kompetitif strategis (Doni et al., 2022).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menjawab empat pertanyaan:

1. Bagaimana prinsip-prinsip GCG dijalankan dalam praktik sehari-hari dan dipersepsikan oleh *stakeholder* utama;
2. Bagaimana penerapan GCG berkontribusi pada terbentuknya reputasi di PT KKS;
3. Bagaimana reputasi yang terbentuk berperan dalam mendorong *stakeholder engagement*; dan
4. Dimensi GCG serta aspek reputasi apa yang paling dipersepsikan penting.

Kebaruan penelitian terletak pada eksplorasi kualitatif yang menempatkan reputasi sebagai mekanisme perantara proses sosial antara GCG dan *engagement* pada konteks perdagangan bahan kimia spesialis yang belum banyak dikaji.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (*case study*) yang dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai implementasi GCG, proses pembentukan reputasi, serta dinamika *stakeholder engagement*, bukan untuk menguji hubungan antar variabel secara statistik. Pendekatan kualitatif tepat digunakan ketika peneliti berupaya memahami makna yang dikonstruksi individu dari pengalaman mereka dalam konteks sosial yang spesifik (Creswell & Poth, 2018), dan studi kasus tepat diterapkan ketika kasus yang diteliti merupakan kasus kritis (*critical case*) yang bersifat eksploratif (Yin, 2018). PT KKS dipilih karena merupakan satu-satunya emiten terbuka di sektor perdagangan bahan kimia spesialis yang terdaftar di BEI, memiliki karakteristik risiko lingkungan dan regulasi yang unik, serta bersedia memberikan akses penelitian.

Objek penelitian adalah praktik GCG, pembentukan reputasi, dan dinamika *stakeholder engagement* pada PT KKS. Penelitian dilaksanakan di kantor pusat dan fasilitas operasional perusahaan di Jakarta pada periode Maret-Juli 2026. Partisipan dipilih menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik utama dan snowball sampling sebagai teknik pendukung, dengan pengumpulan data dihentikan saat tercapai titik jenuh (*data saturation*) (Hennink & Kaiser, 2022; Patton, 2015). Total tujuh informan berpartisipasi, merepresentasikan tiga kelompok pemangku kepentingan (*stakeholder*), yaitu manajemen dan karyawan, investor, serta komunitas di sekitar operasional perusahaan.

Data dikumpulkan melalui triangulasi metode, yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) berdurasi 30–90 menit sebagai teknik utama, observasi non-partisipan yang dicatat dalam catatan lapangan (*field notes*), dan analisis dokumen publik perusahaan (Laporan Tahunan, keterbukaan informasi BEI, dan regulasi OJK). Instrumen utama adalah peneliti sendiri (*human as instrument*), didukung panduan wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan daftar periksa dokumen (Lincoln & Guba, 1985).

Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, dan dioperasionalkan melalui *reflexive thematic analysis* dalam enam tahap oleh Braun dan Clarke (2006) sejalan dengan yang dijabarkan Byrne (2022), yaitu familiarisasi data, *initial coding*, pengelompokan tema potensial, pengkajian tema, pendefinisian tema final, dan penulisan laporan. Keabsahan temuan dijaga melalui empat kriteria Lincoln dan Guba (1985), yaitu

kredibilitas (*triangulasi sumber dan metode*, *member checking*), transferabilitas (*thick description*), dependabilitas (*audit trail*), dan konfirmabilitas (*reflexivity journal*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Informan dan Struktur Tematik

PT KKS telah beroperasi lebih dari tiga puluh tahun dengan slogan "*Partner for Life*", dan sejak IPO 2022 membentuk sejumlah organ pendukung tata kelola, yaitu Komite Audit, Komite Nominasi–Remunerasi, Sekretaris Perusahaan, dan Unit Audit Internal, serta menjalankan *Whistleblowing System*. Informan penelitian dipilih hingga tercapai *data saturation*; profil ringkas ketujuh informan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

Kode	Nama (samaran)	Peran/ Jabatan	Kelompok	Lama Bekerja/Interaksi
N1	HY	Finance Manager	Manajemen dan karyawan	± 28 tahun
N2	DN	Accounting Manager	Manajemen dan karyawan	± 4 tahun
N3	BB	Supervisor Audit (Internal Audit)	Manajemen dan karyawan	15 tahun 6 bulan
IN01	KK	Investor Saham KKES	Investor	± 4 tahun (sejak IPO)
IN02	EZ	Investor Retail Saham KKES	Investor	± 4 tahun (sejak IPO)
KO01	LH	Pemimpin Komunitas (Karang Taruna)	Komunitas	± 3 tahun
KO02	GW	Anggota komunitas sekitar gudang	Komunitas	± 5-6 tahun

Sumber: Diolah Peneliti (2026).

Proses *coding* menghasilkan sejumlah kode awal yang dikelompokkan menjadi empat tema utama, yaitu penerapan prinsip GCG (TARIF), reputasi perusahaan, *stakeholder engagement*, serta komitmen dan loyalitas. Ringkasan struktur tematik disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Struktur Tema Hasil Analisis Tematik

Tema Utama	Peran/Jabatan	Kelompok
Penerapan Prinsip GCG (TARIF)	Transparansi pelaporan; Akuntabilitas peran; Responsibilitas K3 & lingkungan; Independensi Keputusan; Kewajaran perlakuan	N1, N2, N3, IN01, IN02
Reputasi Perusahaan	Reputasi internal (kekeluargaan, profesionalisme); Reputasi eksternal (kredibilitas Tbk, keterbukaan); Efek status <i>go public</i>	N1, N2, N3, IN01, IN02, KO01
<i>Stakeholder Engagement</i>	Keterlibatan karyawan (suara dan saran); Keterlibatan investor (RUPS, <i>public expose</i>); Keterlibatan komunitas (CSR, ketenagakerjaan)	Seluruh informan
Komitmen & Loyalitas	Komitmen afektif karyawan; Keputusan mempertahankan / menambah investasi; Harapan keberlanjutan komunitas	NI1, N2, N3, IN01, IN02, KO01, KO02

Sumber: Diolah Peneliti (2026).

Penerapan Prinsip TARIF sebagai *Living Governance* (RQ1)

Kelima prinsip TARIF dipersepsikan telah diterapkan secara terpadu di PT KKS dan dipahami sebagai praktik tata kelola yang dijalankan dalam aktivitas sehari-hari, bukan sekadar pemenuhan kewajiban administratif. Transparansi tercermin melalui keterbukaan manajemen dalam menyampaikan kondisi perusahaan, baik ketika menghadapi kerugian maupun saat mencapai kinerja yang positif. Sebagaimana disampaikan oleh salah satu informan:

"Beberapa tahun yang lalu kita kan rugi. Nah, itu secara terbuka manajemen, khususnya direktur, menyampaikan kepada kami. Begitu juga ketika hasilnya baik, semuanya juga disampaikan." (N1)

Selain transparansi, prinsip responsibilitas diwujudkan melalui penerapan prosedur keselamatan kerja, penggunaan alat pelindung diri, dan pelatihan K3 yang secara konsisten dijalankan. Independensi tercermin dalam mekanisme pengambilan keputusan yang melibatkan lebih dari satu pihak, sedangkan kewajaran diwujudkan melalui perlakuan yang setara terhadap seluruh pelanggan tanpa membedakan hubungan personal maupun kedekatan dengan manajemen. Temuan ini menunjukkan bahwa kelima prinsip TARIF tidak dipersepsikan sebagai prinsip yang berdiri sendiri, tetapi saling melengkapi dalam membentuk praktik tata kelola perusahaan.

Temuan tersebut sejalan dengan *Agency Theory* (Jensen & Meckling, 1976), yang memandang transparansi dan akuntabilitas sebagai mekanisme untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham. Keterbukaan pelaporan, penguatan fungsi audit internal, dan pengawasan pasca-IPO mencerminkan mekanisme pengendalian yang mendukung akuntabilitas perusahaan (Aguilera & Ruiz-Castillo, 2025). Di sisi lain, penerapan responsibilitas dan kewajaran menunjukkan bahwa implementasi GCG di PT KKS tidak berhenti pada kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga berorientasi pada pemenuhan kepentingan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Temuan ini mendukung perspektif *Stakeholder Theory* (Freeman, 1984) bahwa tata kelola yang efektif dibangun melalui keseimbangan kepentingan berbagai *stakeholder*, sejalan dengan Calciolari et al. (2024) yang menekankan pentingnya dimensi tata kelola tertentu pada industri dengan tingkat risiko operasional yang tinggi.

Reputasi sebagai Konstruksi Kolektif Lintas *Stakeholder* (RQ2)

Reputasi PT KKS dipersepsikan positif oleh seluruh kelompok *stakeholder* meskipun masing-masing menggunakan dasar penilaian yang berbeda. Karyawan mengaitkan reputasi dengan keadilan organisasi dan kebanggaan terhadap perusahaan, investor menekankan transparansi, integritas pelaporan, dan prospek perusahaan, sedangkan komunitas menilai reputasi berdasarkan kemampuan perusahaan mengelola dampak operasional. Salah satu investor menyatakan:

"Walaupun dalam keadaan rugi, semua itu dilaporkan dengan baik oleh KKS. Menurut saya, KKS menjalankan praktik GCG dengan baik dan mampu menjaga reputasinya." (IN02)

Temuan ini menunjukkan bahwa reputasi PT KKS tidak dibentuk oleh persepsi satu kelompok *stakeholder*, melainkan oleh akumulasi pengalaman dan evaluasi dari berbagai kelompok yang saling melengkapi. Reputasi perusahaan berkembang melalui interaksi yang berkelanjutan antara perusahaan dan para *stakeholder*, sehingga membentuk penilaian kolektif terhadap perusahaan. Hasil ini sejalan dengan Vigolo et al. (2025), yang menyatakan bahwa reputasi dibentuk melalui perspektif *stakeholder* yang beragam, serta García-Sánchez et al. (2022), yang memandang reputasi sebagai akumulasi penilaian kolektif dari waktu ke waktu. Dalam perspektif *Resource-Based View* (Barney, 1991), reputasi PT KKS dapat dipahami sebagai aset tidak berwujud yang berkembang melalui pengalaman organisasi selama lebih dari tiga dekade sehingga relatif sulit ditiru oleh pesaing (Reichelt & Pires, 2025). Selain itu, penilaian positif komunitas terhadap pengelolaan dampak operasional menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh legitimasi sosial (*social license to operate*), seperti yang dijelaskan dalam *Legitimacy Theory*. Beberapa informan juga mengidentifikasi perubahan status PT KKS menjadi perusahaan terbuka setelah IPO tahun 2022 sebagai titik balik yang memperkuat implementasi GCG sekaligus meningkatkan reputasi perusahaan di mata para *stakeholder*.

Reputasi sebagai Penghubung Menuju *Engagement* dan Komitmen (RQ3)

Reputasi PT KKS berperan sebagai penghubung antara penerapan GCG dan keterlibatan para *stakeholder*. Pada karyawan, reputasi positif tercermin dalam komitmen afektif dan rasa memiliki terhadap perusahaan. Di kalangan investor, reputasi yang terjaga mendorong kepercayaan untuk mempertahankan, bahkan menambah investasi, sedangkan bagi komunitas,

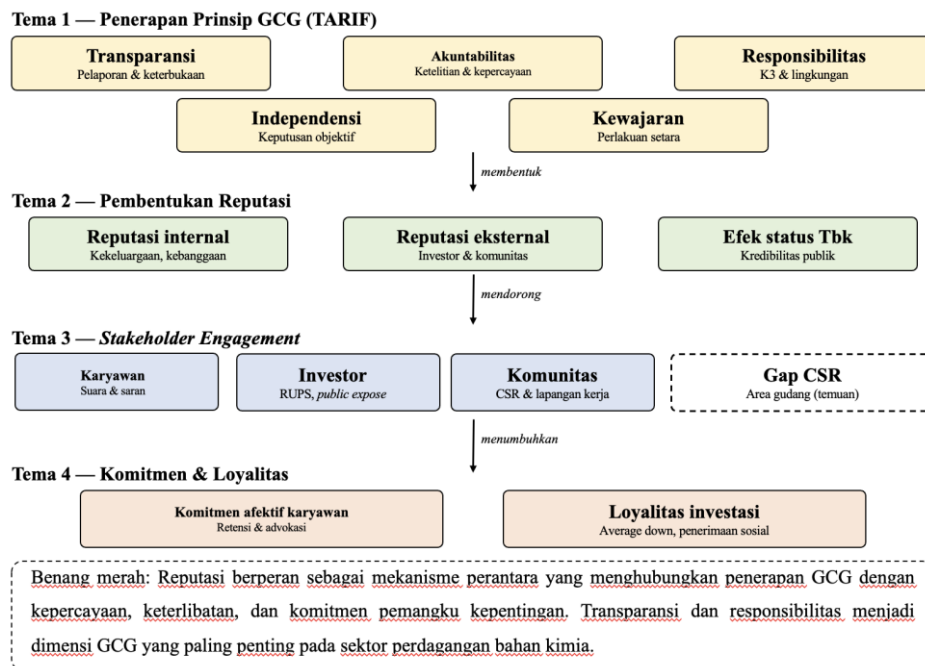
reputasi perusahaan memperkuat penerimaan sosial terhadap keberadaan perusahaan. Salah satu karyawan menggambarkan keterikatan tersebut dengan menyatakan bahwa perusahaan "adalah milik saya" (N1).

Bentuk keterlibatan tersebut mencerminkan tiga dimensi *meaningful stakeholder engagement* yang dikemukakan Kujala et al. (2022), yaitu *aims*, *activities*, dan *impacts*. Rapat internal, RUPS, *public expose*, dan program CSR menunjukkan dimensi *activities*, sedangkan komitmen karyawan, keputusan investasi yang berkelanjutan, dan penerimaan komunitas merefleksikan dimensi *impacts*. Meskipun demikian, temuan juga menunjukkan bahwa dimensi *aims* belum sepenuhnya inklusif. Komunitas di sekitar area gudang (KO02) menyampaikan bahwa mereka belum menerima manfaat program CSR secara formal dan lebih banyak merasakan manfaat melalui tersedianya lapangan kerja. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR masih lebih terfokus pada wilayah sekitar kantor dibandingkan seluruh area operasional perusahaan.

Dalam perspektif *Signaling Theory* (Spence, 1973), laporan keuangan, *public expose*, dan berbagai bentuk pengungkapan perusahaan berfungsi sebagai sinyal kualitas kepada para *stakeholder*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sinyal tersebut memperoleh kredibilitas ketika dikonfirmasi melalui pengalaman langsung para *stakeholder*. Persepsi investor bahwa laporan PT KKS disampaikan secara jujur dan tanpa *window dressing* menunjukkan bahwa transparansi perusahaan berhasil membangun kepercayaan yang berkelanjutan, sejalan dengan Maaloul et al. (2023). Temuan ini juga memperlihatkan bahwa *stakeholder engagement* tidak hanya merupakan hasil dari reputasi perusahaan, tetapi juga menjadi mekanisme yang memperkuat efektivitas sinyal formal melalui pengalaman nyata para *stakeholder*.

Transparansi dan Responsibilitas sebagai Dimensi Terpenting (RQ4)

Ketika informan diminta mengidentifikasi prinsip GCG yang paling perlu diperkuat, muncul kesamaan pandangan di seluruh kelompok *stakeholder*, yaitu transparansi dan responsibilitas. Karyawan dan auditor internal menekankan pentingnya tanggung jawab dalam pelaksanaan tugas serta keselamatan kerja, investor memandang transparansi dan akuntabilitas pelaporan sebagai dasar kepercayaan, sedangkan komunitas menyoroti tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa, pada sektor perdagangan bahan kimia yang memiliki risiko operasional tinggi, keterbukaan informasi dan pertanggungjawaban atas dampak operasional dipersepsikan sebagai fondasi utama dalam membangun kepercayaan *stakeholder*. Hasil tersebut sejalan dengan Calciolari et al. (2024), yang menekankan pentingnya dimensi tata kelola pada industri berisiko tinggi, serta konsisten dengan temuan Zahrani et al. (2025) yang menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas merupakan prinsip GCG yang paling menentukan dalam konteks perusahaan di Indonesia. Keseluruhan hubungan antar tema yang dihasilkan dari analisis penelitian dirangkum dalam peta tema pada Gambar 1.



Sumber: Diolah Peneliti (2026).

Gambar 1. Peta Tema (Thematic Map) Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa reputasi berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan penerapan GCG dengan keterlibatan *stakeholder*. Dalam konteks ini, reputasi dipahami bukan sebagai variabel mediasi statistik, melainkan sebagai proses sosial yang menjelaskan bagaimana praktik tata kelola diterjemahkan menjadi kepercayaan, partisipasi, dan komitmen *stakeholder* (García-Sánchez et al., 2022; Vigolo et al., 2025). Temuan tersebut memperkaya pemahaman mengenai hubungan GCG, reputasi, dan *stakeholder engagement* melalui integrasi perspektif *Agency Theory*, *Stakeholder Theory*, *Legitimacy Theory*, *Resource-Based View*, dan *Signaling Theory*. Selain itu, penelitian ini memberikan bukti empiris dari sektor perdagangan bahan kimia spesialis, yang hingga kini masih relatif terbatas dalam literatur. Pendekatan studi kasus memungkinkan penelitian menangkap proses, pengalaman, dan makna yang mendasari hubungan tersebut, sehingga melengkapi temuan penelitian kuantitatif yang umumnya berfokus pada pengukuran berbasis indeks atau skor (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *Good Corporate Governance* (GCG), reputasi perusahaan, dan *stakeholder engagement* di PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk membentuk hubungan yang saling memperkuat. Kelima prinsip TARIF dipersepsikan tidak sekadar sebagai bentuk kepatuhan administratif, tetapi telah menjadi bagian dari praktik tata kelola perusahaan (*living governance*). Pada sektor perdagangan bahan kimia, transparansi pelaporan serta responsibilitas terhadap keselamatan kerja dan lingkungan dipandang sebagai prinsip yang paling menentukan dalam membangun kepercayaan para *stakeholder*.

Penerapan GCG yang konsisten membentuk reputasi perusahaan yang dipersepsikan positif, meskipun dimaknai secara berbeda oleh setiap kelompok *stakeholder*. Bagi karyawan, reputasi tercermin dalam budaya kerja dan kebanggaan terhadap perusahaan; bagi investor, reputasi dibangun melalui transparansi dan integritas pelaporan; sedangkan bagi komunitas, reputasi tercermin pada pengelolaan dampak operasional dan kontribusi sosial. Reputasi tersebut selanjutnya mendorong keterlibatan yang lebih kuat, yang ditunjukkan melalui komitmen karyawan, kepercayaan investor, dan penerimaan sosial dari komunitas.

Temuan ini memperlihatkan bahwa reputasi berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan penerapan GCG dengan *stakeholder engagement* melalui terbentuknya kepercayaan dan komitmen para *stakeholder*. Penelitian ini juga memperkaya pemahaman mengenai hubungan tersebut melalui bukti empiris dari sektor perdagangan bahan kimia spesialis yang masih relatif jarang dikaji menggunakan pendekatan kualitatif.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, penelitian berfokus pada satu kasus tunggal (PT KKS), sehingga temuan bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk generalisasi statistik, melainkan menawarkan transferabilitas analitik pada konteks serupa. Kedua, jumlah informan pada tiap kelompok relatif terbatas, meskipun telah mencapai kejenuhan data (*data saturation*). Ketiga, data bersumber pada persepsi dan pengalaman informan yang dapat dipengaruhi posisi dan kepentingan masing-masing, yang telah dimitigasi melalui triangulasi sumber dan metode. Selain itu, ditemukan juga ruang perbaikan pada pemerataan jangkauan CSR bagi komunitas di sekitar area gudang yang belum tersentuh program formal.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk disarankan untuk mempertahankan konsistensi penerapan transparansi dan responsibilitas sebagai fondasi utama dalam membangun kepercayaan *stakeholder*. Perusahaan juga perlu memperluas jangkauan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya kepada komunitas di sekitar area gudang yang belum memperoleh manfaat secara optimal, serta memperkuat komunikasi internal dan eksternal agar implementasi GCG semakin dipahami oleh seluruh *stakeholder*.

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan informan dengan melibatkan regulator, pemasok, dan pelanggan untuk memperoleh perspektif yang lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan pendekatan longitudinal maupun *mixed methods* dapat dipertimbangkan untuk mengkaji perkembangan reputasi dari waktu ke waktu dan menguji hubungan antara GCG, reputasi perusahaan, dan *stakeholder engagement* pada konteks industri yang berbeda.

Kontribusi Author

Seluruh penulis memberikan kontribusi yang substansial pada konseptualisasi penelitian, penyusunan kerangka teori, pengumpulan dan analisis data, interpretasi temuan, serta penyusunan dan revisi naskah. Seluruh penulis telah membaca, menyetujui, dan bertanggung jawab atas versi final naskah yang diajukan untuk publikasi.

REFERENSI

- Aguilera Vaqu  s, R., & Ruiz Castillo, M. (2025). Toward an updated corporate governance framework: Fundamentals, disruptions, and future research. *BRQ Business Research Quarterly*, 28(2), 336–348. <https://doi.org/10.1177/23409444251320399>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Ben Fatma, H., & Chouaibi, J. (2024). The mediating role of corporate social responsibility in good corporate governance and firm value relationship: Evidence from European financial institutions. *Meditari Accountancy Research*, 32(4), 1084–1105. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-08-2022-1762>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke's approach to reflexive thematic analysis. *Quality & Quantity*, 56(3), 1391–1412. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y>

- Calciolari, S., Cesarini, M., & Ruberti, M. (2024). Sustainability disclosure in the pharmaceutical and chemical industries: Results from bibliometric analysis and AI-based comparison of financial reports. *Journal of Cleaner Production*, 447, 141511. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.141511>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Doni, F., Corvino, A., & Bianchi Martini, S. (2022). Corporate governance model, stakeholder engagement and social issues: Evidence from European oil and gas industry. *Social Responsibility Journal*, 18(3), 636–662. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2020-0336>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- García-Sánchez, I. M., Raimo, N., Uribe-Bohorquez, M. V., & Vitolla, F. (2022). Corporate reputation and stakeholder engagement: Do assurance quality and assurer attributes matter? *International Journal of Auditing*, 26(3), 388–403. <https://doi.org/10.1111/ijau.12287>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, 114523. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kujala, J., Sachs, S., Leinonen, H., Heikkinen, A., & Laude, D. (2022). Stakeholder engagement: Past, present, and future. *Business & Society*, 61(5), 1136–1196. <https://doi.org/10.1177/00076503211066595>
- Li, Q., Tang, W., & Li, Z. (2024). ESG systems and financial performance in industries with significant environmental impact: A comprehensive analysis. *Frontiers in Sustainability*, 5, 1454822. <https://doi.org/10.3389/frsus.2024.1454822>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Maaloul, A., Zéghal, D., Ben Amar, W., & Mansour, S. (2023). The effect of environmental, social, and governance (ESG) performance and disclosure on cost of debt: The mediating effect of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 26, 1–18. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00130-8>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Reichelt, V. P., & Pires, D. M. S. (2025). ESG and corporate reputation: An academic essay on the interrelation between ESG actions and their impacts on corporate reputation. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*. <https://doi.org/10.1108/CG-06-2024-0712>
- Sihaloho, A. A., Anggraeni, E., Juwairiyah, H., Salsabila, M. S., Syabilla, R., Putri, M., & Siswajanthy, F. (2023). Implementasi good corporate governance pada perusahaan publik di Indonesia. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 1(5), 1402–1409. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms>
- Vigolo, V., Bonfanti, A., Castellani, P., Brunetti, F., & Giarretta, E. (2025). Sustainable corporate social responsibility in a crisis: Blame attribution and corporate reputation. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*. <https://doi.org/10.1111/beer.12623>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Zahrani, V. A., Rahmadayanti, N., Delani, M., & Maisyarah, R. (2025). Implementation of good corporate governance on corporate reputation. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 2(4), 1–8. <https://doi.org/10.47134/jampk.v2i4.667>