

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT INDRI PLANT DI
DESA PAUH RANAP KECAMATAN PERANAP KABUPATEN
INDRAGIRI HULU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



OLEH :

ARI SUANDI

NPM : 167210187

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK\
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT Tuhan yang Maha Esa dan Sholawat kepada Nabi Muhammad Saw, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “pengaruh penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan pada pt indri plant di desa pauh ranap kecamatan peranap kabupaten indragiri hulu”.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan, oleh karena itu semua kritikan dan saran akan diterima dengan besar hati. Dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis mendapatkan banyak dorongan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau Bapak Prof. DR. H. Syafrinaldi, SH., MCL yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu kepada penulis di Universitas Islam Riau.
2. Bapak Dr.Syahrul Akmal Latif, S.Ag., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang menyediakan fasilitas dan menyediakan kesempatan pada penulis dalam menuntut ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.
3. Bapak Arief Rifa'i Harahap, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis beserta jajaran Dosen pada jurusan Ilmu Administrasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

4. Bapak DR. H. Moris Adidi Yogya, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan sukungan serta motivasi sepenuhnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini.
5. Terima kasih juga diucapkan kepada PT Indri Plant yang telah mengizinkan dan mendukung semua penelitian yang peneliti lakukan.
6. Terima kasih kepada ayahanda Muslim T dan ibunda Suraida, atas doa, kasih sayang, cinta, perhatian, dorongan semangat, serta perjuangan yang tiada pernah putus yang tak mungkin pernah sebanding dengan balasan yang penulis berikan untuk mereka.
7. Terima kasih kepada Dinda Gustari yang telah menemani dalam keluh kesah kusulitan pada saat membuat penelitian ini
8. Gen 23 PP Syafaa`aturrasul yang telah memberikan doa dan dukungannya
9. Seluruh rekan di Himia Bisnis fisipol UIR selaku rumah dan keluarga yang telah mengubah hidup peneliti untuk lebih bai

Semoga Allah SWT Senantiasa memberikan pahala atas jasa dan kebaikan mereka semua. Dan penulis mendapat kritik dan saran yang tentunya lebih membuka cakrawala penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian ini lebih baik lagi. Akhirnya penulis berharap semoga usulan penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada setiap pembacanya.

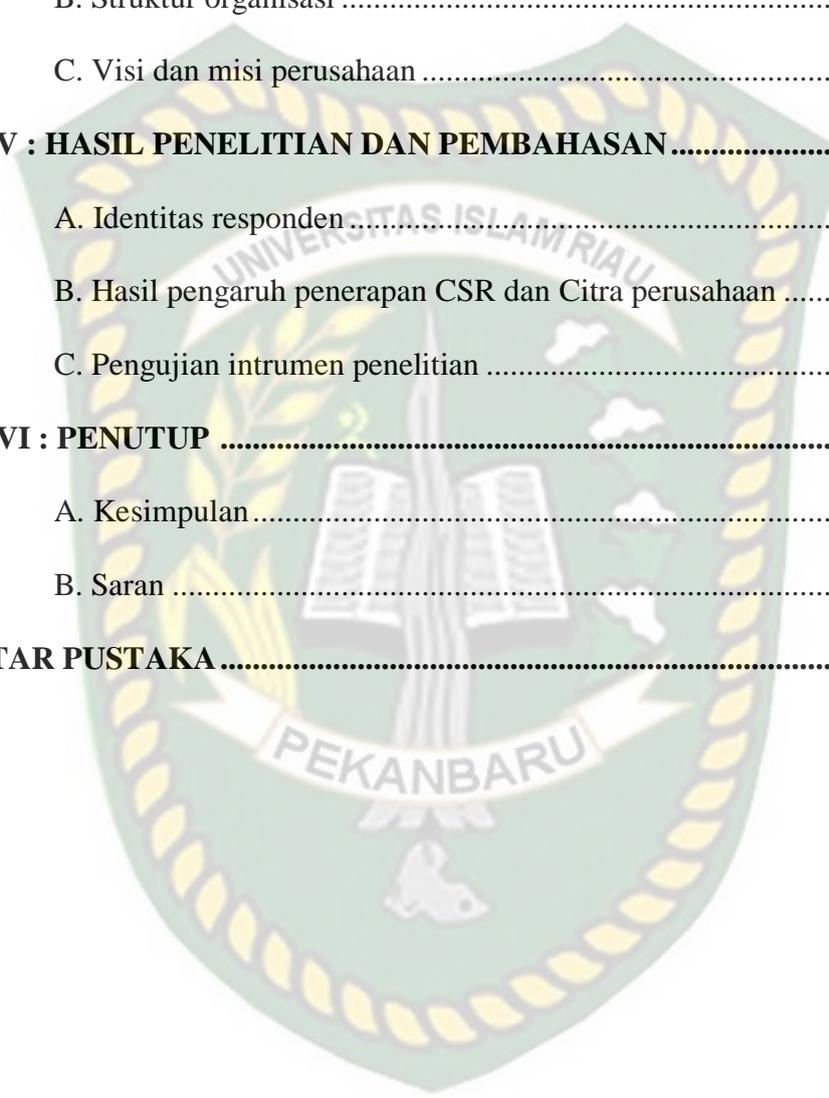
Pekanbaru, November 2020
Peneliti

Ari Suandi

DAFTAR ISI

BAB VI : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Mamfaat Penelitian.....	8
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR	9
A. Studi Kepustakaan	9
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis	29
E. Konsep Operasional	29
F. Operasionalisasi Variabel.....	30
G. Teknik Pengukuran.....	33
BAB III : METODE PENELITIAN	34
A. Tipe Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Populasi Dan Sample	35
D. Teknik Penarikan Sampel	37
E. Jenis Dan Sumber Data	37
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Analisis Data.....	38

BAB IV : DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN	44
A. Sejarah ringkas PT Indri Plant.....	44
B. Struktur organisasi	46
C. Visi dan misi perusahaan	47
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Identitas responden	49
B. Hasil pengaruh penerapan CSR dan Citra perusahaan	52
C. Pengujian intrumen penelitian	64
BAB VI : PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
I.1. Jenis Penerapan CSR Yang dilakukan PT Indri Plant	6
II.1. Krangka Fikir.....	28
II.2. Operasional Variabel	32
II.3. Skala Pengukuran Likert	33
III.1. Keeratan hubungan nilai koefisiensi korelasi dengan interval	41
V.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
V.2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur.....	50
V.3. Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
V.4. Responden Berdasarkan Profesi Pada PT Indri Plant Jumlah.....	52
V.5. Tanggapan Responden Peranan Perusahaan Dalam Membantu Perkembangan Ekonomi Terutama Diskitar Perusahaan	53
V.6. Tanggapan Responden Terhadap Peranan Perusahaan Dalm Membantu UKM Di Sekitar Perusahaan	53
V.7. Tanggapan Responden Terhadap Peranan Perusahaan Dalam Mengatasi Pengangguran Terutama Di Sekitar Perusahaan.....	54
V.8. Tanggapan Responden Terhadap Solusi Yang Di Lakukan Perusahaan Agar Udara Tidak Tercemar Asap Pabrik	55
V.9. Tanggapan responden terhadap peranan perusahaan dalam merawat hutan sekitar.....	55
V10. Tanggapan Responden Terhadap Peranan Perusahaan Merawat Air Bersih Supaya Tidak Tercemar Limbah Pabrik.....	56
V.11. Tanggapan Responden Tentang Pembukaan Lapangan Kerja	57
V.12. Tanggapan Responden Tentang Bantuan Yang Diberikan Perusahaan Terhadap Warga Miskin Dan Kurang Mampu	57
V.13. Tanggapan Responden Terhadap Bantuan Di Bidang Pendidikan Bagi Pelajar Yang Kurang Mampu Berprestasi.....	58

V.14. Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan Yang Dibangun Perusahaan Di Mata Masyarakat	58
V.15. Tanggapan Respoden Terhadap Tanggung Jawab Yang Dilakukan Perusahaan	59
V.16. Tanggapan Responden Tentang Kinerja Perusahaan Di Mata Masyarakat.....	60
V.17. Tanggapan Responden Tentang Bagaimana Keamanan Bertransaksi Dengan Perusahaan.....	60
V.18. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan Perusahaan.....	61
V.19. Tanggapan Responden Tentang Budaya Baik Yang Dilakukan Perusahan.....	61
V.20. Tanggapan Responden Tentang Kepedulian Perusahaan Terhadap Karyawan Yang Disiplin Dan Profesional	62
V.21. Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Corporate Social Responsibility (CSR).....	63
V.22. Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Perusahaan.....	64
V.23. Hasil Dari Uji Validitas Instrument Penelitian	66
V.24. Hasil Regresi Leinier Sederhan.....	67
V.25. Hasil Perhitungan Koefesiensi Destriminasi.....	68
V.26. Tabel parsial penerapan CSR terhadap Citra perusahaan	69

DAFTAR GAMBAR

TABEL	Halaman
IV.1. Gambar Peta PT Indri Plantt.....	45
IV.2. Struktur Organisasi PT Indri Plant.....	47



SURAT PERNYATAAN

Saya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau peserta ujian konferehensif Usulan Penelitian yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Suandi
NPM : 167210187
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Penengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt Indri Plant di Desa Pauh Ranap Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian konferehensif ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa, naskah Usulan Penelitian ini adalah benar hasil karya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis sesuai dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakultas dan Universitas.
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut di atas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian konferehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negeri RI.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, November 2020

Pelaku Pernyataan



Ari Suandi

**PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PT IDNRI PLANT DI DESA PAUH RANAP
KECAMTAN PERANAP KABUPATEN INDRAGIRI HULU**

ABSTRAK

Ari Suandi

Kata kunci: penerapan *corporate social responsibility* (CSR), Citra perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan pada PT Indri Plant. Disamping itu penelitian ini juga bertujuan untuk melihat dan menegtahui tentang dimensi penerapan CSR yang sangat berpengaruh terhadap Citra perusahaan. Penelitan ini menggunakan teknik analisis data yaitu analisis regresi linier sederhana guna menjawab hipotesis atau dugaan sementara dari penelitiaan ini. Dengan pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan data yang di ambil melalui kuesioner. Dari hasil dari analisis data diketahui bahwa penerapan CSR yang meliputi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan berpengaruh positif terhadap Citra perusahaan pada PT Indri Plant.

THE EFFECT OF THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ON COMPANY IMAGE IN PT IDNRI PLANT IN PAUH RANAP VILLAGE KECAMTAN PERANAP, INDRAGIRI HULU DISTRICT

ABSTRACT

Ari Suandi

Keywords: application of corporate social responsibility (CSR), company image

This study aims to determine the extent of the influence of the application of corporate social responsibility on corporate image at PT Indri Plant. Besides, this study also aims to see and know about the dimensions of CSR implementation which are very influential on the company's image. This research uses data analysis techniques, namely simple linear regression analysis in order to answer the hypothesis or provisional assumptions of this research. By taking the sample using purposive sampling with data taken through a questionnaire. From the results of the data analysis, it is known that the application of CSR which includes economic, social and environmental aspects has a positive effect on the company's image at PT Indri Plant.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam suatu negara masalah pembangunan tidak hanya digantungkan pada negara sebagai penanggung jawab dari pembangunan itu sendiri, namun setiap orang memiliki peran penting untuk mewujudkan dan menciptakan kesejahteraan sosial guna peningkatan dalam kualitas hidup yang baik. Disamping itu dunia usaha juga sangat dibutuhkan dalam peranan mendorong perumbuhan ekonomi. Jadi pada dunia usaha tidak hanya memikirkan keuntungan semata (*single bottom line*) tapi juga merangkul aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang lebih dikenal dengan sebutan (*triple bottom line*).

Persaingan perusahaan yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk menjadi yang lebih unggul, perusahaan juga berlomba – lomba untuk bersaing agar mendapatkan penilaian terbaik dari masyarakat. Namun, jika kita perhatikan, masyarakat saat ini hidup dalam kondisi yang dipenuhi beragam informasi dari berbagai bidang, serta dibekali kecanggihan ilmu dan teknologi. Pola hidup seperti ini mendorong terbentuknya cara berpikir, gaya hidup, dan tuntutan tuntutan masyarakat yang lebih tajam, salah satunya terhadap perusahaan. Tekanan masyarakat agar perusahaan lebih peduli kepada lingkungan merupakan kesempatan untuk memperkuat hubungan antara perusahaan dengan konsumen,

bahkan dapat dijadikan keunggulan kompetitif. Karena bagi perusahaan – perusahaan besar salah satu aset terpentingnya adalah sebuah citra.

Sebuah citra dapat terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut emikul tanggung jawab sosial dan komitmen mengadakan riset. Maka dalam hal ini perusahaan dapat melaksanakan salah satu dari faktor tersebut yaitu memikul tanggung jawab sosial atau biasa disebut *corporate social responsibility*.

Corporate social responsibility (CSR) adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Wibisono (2007:7). Sedangkan menurut Suharto (2007:16) *corporate social responsibility* (CSR) adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntugan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk membangun sosial ekonomi kawasan holisti, melembaga dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, CSR adalah bagian dari policy perusahaan yang dijalankan secara profesional dan melembaga. CSR kemudian identik dengan CSP (*corporate social policy*), yakni roadmap dan strategi perushaan yang mengintegrasikan tanggung jawab ekonomis koperasi dengan tanggung jawab social, legal dan etis.

Corporate social responsibility bertujuan untuk menertibkan dunia usaha agar lebih etis dalam menjalankan kegiatannya supaya tidak berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan disekitarnya. Konsep CSR ini sudah mulai dikenal sejak awal tahun 1970-an, yang secara umum dapat diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan pelaksanaan yang berhubungan dengan *stakeholder*, ketentuan hukum berlaku, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen pada dunia usaha dalam berkontribusi pada pembangunan secara berkelanjutan.

Suatu perusahaan memang tidak bisa dipisahkan dengan tanggung jawab, baik tanggung jawab terhadap sosial maupun lingkungan. Banyak perusahaan yang berunjuk gigi untuk mengekpos diri dalam kegiatan yang berbentuk sosial dan lingkungan, seperti yang dilakukan PT. Unilever Indonesia dengan program “*lifebouy hand washing campaign*”. Rinso “bersih itu baik”, PT. Kalbe Farma dengan program “puskesmas keliling”. Aqua dengan program “1=10 liter” dan masih banyak lagi program lain yang dilakukan banyak perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab perusahaannya (CSR). Tapi dilihat pada sisi lain ada bebrapa perushaan yang malah merusak serta berdampak negatif pada sosial dan lingkungan, contohnya PT. Lapindo Brantas yang membekaskan kenangan buruk pada korban-korban lumpur yang kehilangan banyak tempat tinggal, harta benda dan lahan pekerjaan akibat eksploitasi gas berlebihan.

Belajar dari peristiwa-peristiwa yang terjadi maka Indonesia berinisiatif untuk membuat regulasi atau atauran dalam pelaksanaan CSR yang mana setiap perusahaan berkewajiban menerapkan CSR baik untuk perusahaan yang bergerak dibidang usaha sumberdaya alam maupun tidak. Dan semua hal tentang aturan ini

tertuang pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT), dengan bunyi pasal sebagai berikut:

Pasal 74:

1. Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada pasal (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan di perhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur oleh peraturan pemerintah.

Disamping itu peratutaran atau undang – undang yang sudah diebutkan juga diperkuat oleh peraturan daerah Provinsi Riau nomor 6 tahun 2012, yang mana dalam peraturan yang terdiri dari 35 pasal ini mengatur tentang tanggung jawab sosial perusahaan di Provinsi Riau.

Pro dan kontra pun timbul di kalangan pengusaha atas ditetapkannya Undang-Undang di atas. Beberapa yang setuju, mengganti misi perusahaannya untuk lebih memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Dan

beberapa pengusaha berargumen bahwa CSR tidak boleh dipaksakan karena bersifat sukarela dan menjadi bagian dari strategi (Rawi dan Muchlish, 2010).

Penerapan CSR akan mempengaruhi citra perusahaan, Citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan dimata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pengalaman mereka pribadi. Adona (2006:107).Dimana citra perusahaan akan terkenal baik bahwa inilah perusahaan yang bukan hanya mencari keuntungan semata tapi juga peduli terhadap lingkungan masyarakat.

Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi positif di masyarakat. Selain membantu perekonomian masyarakat, perusahaan juga akan dianggap bersama masyarakat membantu dalam mewujudkan keadaan lebih baik dimasa yang akan datang. Akibatnya perusahaan akan memperoleh tanggapan yang positif setiap menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Jadi sudah seharusnya perusahaan menerapkan CSR di perusahaannya guna keberlangsungan perusahaan nantinya. Dalam kondisi seperti ini dapat dilihat fenomena sebagai berikut:

1. Masyarakat menjadi semakin kritis untuk menyikapi tanggung jawab yang harus dilakukan suatu perusahaan.
2. Perusahaan dituntut bukan hanya harus mengejar keuntunagan saja tapi juga memikirkan tanggung jawabnya terhadap sekitar perusahaan atau dalam ruang lingkup lebih luas.

3. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan akan berdampak terhadap citra perusahaan itu sendiri yang akan menjadi dampak untuk keberlangsungan perusahaan.

Dari fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa suatu perusahaan memang sudah seharusnya mempunyai dan melakukan tanggung jawab sosialnya dan semuanya juga didukung dan diatur oleh undang – undang atau peraturan yang sudah ada dan sangat jelas untuk mengatur dan mengawasi perusahaan dalam menerpakan atau melkasanakan tanggung jawab sosialnya, begitu pula yang dilakukan oleh PT INDRI PLANT, dimana perusahaan yang mengelola pabrik kelapa sawit ini juga menerapkan CSR di dalam perusahaannya. Karena sudah seharusnya suatu perusahaan mengeluarkan program CSR untuk keberlansungan perusahaan jangka panjang. Untuk mengetahui jenis penerapan CSR yang dilakukan PT INDRI PLANT dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 : jenis penerapan CSR yang telah dilakukan PT INDRI PLANT

No	Bantuan	Keterangan	Jumlah
1	Road Grader (RG-04)	Rawat jalan desa pauh ranap	11 km
2	Bomag (BM-01)	Rawat jalan desa pauh ranap	11 km
3	Excavator komatsu PC200 (EX-03)	Buat tapak jembatan beton dusun serangge pabrik	4 hari
4	Bulldozer kamatsu D68E(DZ-02)	Buat tapak untuk pesantren desa peranap	8 hari

Sumber: Monitoring CSR PT Indri Plant, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jenis-jenis penerapan CSR yang telah dilakukan PT INDRI PLANT. Dimana semua penerapan CSR tersebut bertujuan untuk kepedulian perusahaan kepada lingkungan sosial terkhusus masyarakat yang berada disekitar perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Indri Plant di Desa Pauh Ranap Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana penerapan CSR pada PT INDRI PLANT?
2. Bagaimana citra perusahaan PT INDRI PLANT?
3. Bagaimana pengaruh penerapan CSR terhadap citra perusahaan PT INDRI PLANT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui apa saja penerapan CSR yang sudah dilakuakn PT INDRI PLANT.

2. Mengetahui bagaimana citra perusahaan PT INDRI PLANT di masyarakat sekitar.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh penerapan CSR yang dilakukan PT INDRI PLANT terhadap citra perusahaannya.

D. Manfaat penelitian

Adapun mamfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, sebagai bahan masukan dan data skunder bagi kalangan akademis yang melakukan penelitian yang relevan atau sama.
2. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan mengembangkan khasanah keilmuan CSR terutama CSR pada PT Indri Plant.

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

A. Studi Kepustakaan

1. Adminitrasi

Ilmu administrasi selalu dikaitkan dengan kegiatan kerjasama, maka jelas bahwa setiap orang yang terlibat atau melakukan kegiatan kerjasama dengan orang lain maka orang itu berhubungan dengan administrasi dan akan mengalami beberapa masalah administrasi.

Menurut Siagian (2004;2) bahwa administrasi adalah keseluruhan proses kerjasama antara dua orang manusia atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya

Menurut Ahmad (2011;3) administrasi adalah usaha kerjasama yang muncul bersama dengan timbulnya peradaban manusia melalui kemampuannya untuk menggunakan pikirannya sehingga melahirkan cipta, karsa dan rasa. Pengembangan cipta, karsa, dan rasa (rasionalitas) memungkinkan manusia dapat bekerjasama yang merupakan unsur-unsur utama dalam administrasi.

Menurut Herbert Administrasi dalam arti luas dapat didefinisikan sebagai kegiatan kelompok orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama (dalam Syafri, 2012;8).

Menurut Leonard Administrasi adalah proses yang selalu terdapat pada setiap usaha kelompok, publik atau privat, sipil atau militer skala besar atau kecil (dalam Syafri, 2012;9).

Berdasarkan uraian dan definisi para pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah seluruh kegiatan yang dilakukan melalui kegiatan kerjasama antara dua orang atau lebih dalam suatu organisasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan.

2. Organisasi

Organisasi adalah sarana atau alat untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu dikatakan organisasi adalah wadah kegiatan yang bekerja sama dalam usaha mencapai tujuan (Handyaningrat, 2000;42). Pengertian organisasi secara status adalah wadah berhimpun sejumlah manusia karena memiliki kepentingan yang sama. Organisasi diartikan sebagai kumpulan beberapa orang yang bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan organisasi informal menunjuk pada pola koordinasi yang lahir dikalangan anggota-anggota organisasi formal. Ada tiga dimensi dasar dari suatu organisasi yaitu :

- a) Dimensi Hirarkis, yang mencerminkan jenjang relatif dengan cara yang sama seperti bagan organisasi.

- b) Dimensi Fungsional, yang mencerminkan jenis pekerjaan yang berbeda-beda dilukiskan dengan berbagai sektor dalam diagram kerucut.
- c) Dimensi Perangkuman atau Pemusatan, yang tercermin dalam tingkat sejauh mana setiap orang lebih dekat atau lebih jauh dari pusat organisasinya.

Menurut Dewi (2011;23), organisasi adalah kesatuan kerja yang disusun melalui peraturan sebagai wadah menjalankan kerjasama mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Manullang (2000;25) mengatakan organisasi adalah suatu proses penetapan dan pembagian pekerjaan yang akan dilakukan, pembatalan tugas-tugas atau tanggung jawab serta wewenang dan penetapan hubungan-hubungan antar unsur-unsur organisasi sehingga orang-orang dapat bekerja dengan efektif dan mencapai tujuan.

Dari definisi yang telah dijelaskan para pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu wadah yang digunakan untuk bekerja sama secara struktur dan terkoordinir untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Manajemen

Terry menyatakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan (organisasi) yang sudah ditentukan sebelumnya dengan mempergunakan bantuan orang lain (dalam Nawawi 2005;39).

Menurut Siagian manajemen adalah kemampuan dan keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain (dalam Samsudin 2006;18).

Menurut Wahjono (2008;6) Manajemen adalah gabungan ilmu dan seni yang merupakan sekumpulan proses tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pimpinan, serta pengendalian atas penggunaan sumber-sumber daya organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sehingga bermanfaat bagi manusia .

Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan (Manullang, 2006;5). Untuk mencapai tujuan, para manager menggunakan istilah “Enam M” dengan kata lain sarana (*tool*). Adapun sarana manajemen tersebut adalah :

a. *Man*

Yaitu tenaga kerja manusia, baik pemimpin maupun tenaga kerja operasional untuk pelaksana. Sarana yang paling penting untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu adalah manusia. Berbagai macam aktivitas yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan, dan aktivitas itu dapat ditinjau dari sudut proses seperti, *planning, organizing, staffing, directing*, maupun *controlling*.

b. *Money*

Yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk melakukan berbagai aktivitas diperlukan uang, seperti upah atau gaji

orang-orang yang membuat rencana, mengadakan pengawasan, proses produksi, membeli bahan-bahan, peralatan dan lain sebagainya.

c. *Material*

Yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Karena dianggap pula sebagai alat atau sarana manajemen untuk mencapai tujuan.

d. *Metode*

Yaitu cara yang digunakan dalam usaha pencapaian tujuan. Oleh karena itu metode atau cara dianggap pula sebagai sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan .

e. *Markets*

Yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan . Tanpa adanya pasar bagi hasil produksi, jelas tujuan perusahaan industry tidak mungkin akan tercapai.

f. *Machines*

Yaitu mesin-mesin atau alat-alat yang diperlukan.

Menurut Handoko (2003;8) menyatakan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu ilmu atau seni yang terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan

(*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) yang dilakukan secara kompleks namun teratur, sehingga, tercapainya tujuan yang telah ditetapkan.

4. Sejarah corporate social responsibility

Corporate social responsibility (CSR) sudah ada sejak abad 17, diaman terjadi perkembangan kajian yang berbentuk dinamika imolementatif yang terus menerus mengalami perubahan. Berikut adalah sejarah singkat CSR dari masa kemasamapai saat sekarang di tingkat internasional:

a. Tahun 1700-an SM

CSR telah menjadi pemikiran banyak para pembuat kebijakan sejak lamabahakan dalam kode Hinarbi (1700-an SM) yang berisi 282 hukum telah meuat sanksi bagi para pegusaha yang lalai dalam menjaga kenyamanan warga yang menyebabkan kematian bagi pelanggannya. Dalam kode Hammurabi disebutkan bahwa ada hukuman mati yang diberikan kepada mereka yang menyalah gunakan ijin penjualan minuman, pelayanan yang buruk serta melakukan pembangunan gedung yang menyebabkan kematian orang lain

b. Tahun 1940-an

Community development atau pengembangan masyarakat secara resmi dengan istilah comdev dipergunakan di Inggris pada tahun 1948, untuk mengganti istilah massducation (pendidikan massa). Menurut Hodge akar munculnya pengembangan masyarakat terkait dengan disiplin ilmu pendidikan. di Amerika pengembangan masyarakat juga berakar dari disiplin

pendidikan di tingkat pedesaan, sedangkan dipertanian mereka mengembangkan organisasi komunitas yang bersumber dari ilmu kesejahteraan sosial yang diawali tahun 1873.

c. Tahun 1950-an CSR Modern

Lieteratur yang awal membahas CSR pada tahun 1950-an menyebut CSR sebagai *social responsibility* (SR). Tidak disebutkan kata *corporate* dalam istilah tersebut, kemungkinan besar disebabkan pengaruh korporasi modern belum terjadi atau sebelum disadari. Menurut Harword R. Bowen dalam bukunya "*social responsibility of the bussinesman*". Dari sini dapat dianggap sebagai tonggak gigi CSR Modern.

d. Tahun 1960-an

Pada tahun 1960-an telah banyak usaha yang dilakuakn untuk memeberikan formalisasi defenisi CSR. Salah satu akademisi CSR yang terkenal pada masa itu adalah Keith Davis. Dikenal karena telah berhasil memberikan pandangan yang mendalam atas hbungan dantara CSR dengan kekuatan bisnis. Davis mengatakan "*iron low of responsibility*" yang artinya tanggung jawab sosial penguasa sama dengan kedudukan sosial yang mereka miliki (*social responsibilites of bussinesman need to be commensurate with their social power*) dengan kata lain dalam jangka panjang jika pengusaha tidak menggunakan kekuasaannya dengan tanggung jawab sesuai dengan harapan masyarakat akan kehilangan kekuasaan yang dia miliki.

Pada tahun 1962 Rachel Carlson menulis buku “*silent spring*”, buku ini dianggap memberikan pengaruh besar pada aktivitas pelestarian alam. Pada buku ini berisi efek buruk penggunaan DDT sebagai pestisida terhadap kelestarian alam, khususnya burung.

Tahun 1963 Joseph W. McGuire memperkenalkan istilah corporate citizenship.” *The idea of social responsibilities supposes that the corporation has not the only economic and legal obligations but also certain responsibilities to society which extend beyond these obligations*” dengan penjelasan kata “*beyond*” dengan menyatakan bahwa korporasi harus memperhatikan masalah politik, kesejahteraan dan pendidikan, “kebahagiaan” karyawan dan semua permasalahan sosial di masyarakat.

e. Tahun 1970-an

Pada tahun 1971 Communitie for economic development (CED) meluncurkan Social reponsibility of bussines corporations. Dimana penerbitan ini dianggap sebagai Code of conduct, bisnis tersebut dipicu adanya anggapan bahwa kegiatan usaha yang memiliki tujuan untuk memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan masyarakat.

CED merumuskan CSR dengan menggambarkan dalam lingkaran konsentris, lingkaran dalam merupakan tanggung jawab dasar dari perusahaan guna penerapan kebijakan yang efektif atas pertimbangan ekonomi (profit dan pertumbuhan): lingkaran tengah menggambarkan tanggung jawab perusahaan untuk lebih peka terhadap nilai-nilai dan prioritas sosial

yang berlakudalam menentukan kebijakan mana yang akan diambil: lingkaran luar menggambarkan tanggung jawab yang mungkin akan muncul seiring dengan meningkatnya peran serta perusahaan untuk menjaga masyarakat dan lingkungan.

f. Tahun 1980-an

Pada era ini ditandai dengan usaha-usaha yang lebih mengartikan secara tepat apa sebenarnya Corporate responsibility. Walaupun telah menyinggung masalah CSR pada tahun 1954 teori yang dikemukakan Peter F. Drucker baru mulai membahas secara serius dibidang CSR pada tahun 1984, Drucker (1984:62) mengemukakan pendapat *“but the proper social responsibility of bussines is to tame the dragon, that is to turn a social probleem into economic opurtunity and economic benefit, into productive capacity, into human comperntence, into well paid jobs, and wealth”*. Dalam artian menjalankan aktivitas CSR dengan sedemikian rupa sehingga tetap akan menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.

Pada tahun 1987 PBB (Persatuan bangsa bangsa) melalui world commision on environment and development (WECD) menerbitkan laporan yang berjudul *“Our common future”*. Yang berkaitan dengan isu-isu lingkungan sebagai agenda politik yang mendorong pengambilan kebijakan pembangunan yang lebih sensitif [ada isu lingkungan.

g. Tahun 1990-an

Earth summit yag dilaksanakan di Rio de janeiro tahun 1992 dihadiri oleh 172 negara dmengangkat tema lingkungan dan pembangunan

berkelanjutan. Menghasilkan agenda 21 deklarasi Rio, dan beberapa kesepakatan lainnya. Yang hasil akhirnya adalah menekankan pentingnya Eco-Efficiency dijadikan sebagai prinsip-prinsip dalam berbisnis dan menjalankan sebuah pemerintahan.

5. Devinisasi corporate social responsibility

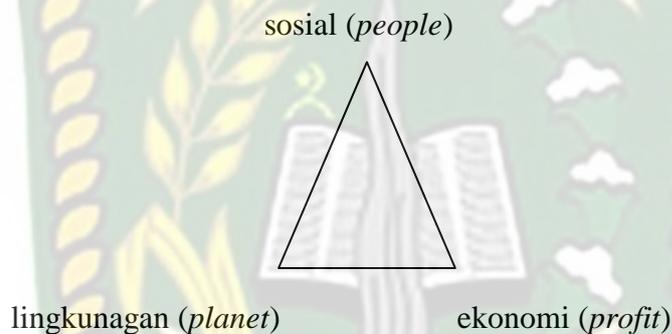
Pendefinisian dikemukakan oleh *The world bussines council for sutainable development* yang disingkat dengan (WBCSD) membuat definisi bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah sebagai: “*countenuing commitment by businnes to behave athically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” yang dalam artian sederhana yang dimaksud adalah komitmen pada dunia usaha untuk berkontribusi dalam peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan serta keluarga sekaligus bagi masyarakat secara luas (Wibisono 2007:7).

Sedangkan pemaparan Wibisono (2007:8) menjelaskan CSR adalah tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku secara etis dan meminimalkan dampak negatif serta memaksimalakan dampak positif akibat perusahaan, yang mencakup beberapa aspek yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan atau lebih dikenal “*triple bottom line*” dalam rangka mencapai suatu tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

6. Konsep dasar corporate social responsibility

Dalam (Wibisono 2007) pada tahun 1997 Jhon Elkington pada bukunya “*cannibals with fork, the triple bottom line of twentieth century*

business”pembangunan yang dilakukan Jhon Elkington dalam konsep *triple bottom line* menjadi istilah *economic prosperity, aveironmental and social justice*. Disini dijelaskan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P” selain mengejar *profit*, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlihat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).



Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi *financial*-nya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, Wibisono (2007:33).

Keterkaitan yang sangat ideal antara keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*) dan lingkungan (*planet*) harus seimbang tidak hanya mementingkan salah satu elemen saja, konsep 3P ini menurut Elkington dapat menjamin keberlangsungan bisnis perusahaan. Hal ini dapat dibenarkan, sebab jika suatu perusahaan hanya mengejar keuntungan semata, bisa jadi lingkungan yang rusak dan masyarakat yang terabaikan menjadi hambatan kelangsungan bisnisnya.

Berapa perusahaan bahkan menjadi terganggu aktivitasnya kerana tidak mampu menjaga keseimbangan 3P ini. Jika muncul gangguan dari masyarakat maka yang rugi adalah perusahaan bisnisnya sendiri (Prastowo dan Hida 2011:27).

7. Model corporate social responsibility

Corporate Sosial Responsibility (CSR) memiliki berbagai bentuk program dalam pelaksanaannya tergantung pada kebijakan perusahaan. Sen dan Bhattacharaya (2001:226) mengidentifikasi ada enam hal pokok yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain:

- a) *Community Support*, antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
- b) *Diversity*, antara lain merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik (cacat) atau ke dalam ras-ras tertentu.
- c) *Employee Support*, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
- d) *Environment*, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan.
- e) *Non-U.S operations*, perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan kerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*).

- f) *Product*, perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinyu dan menggunakan kemasan yang bias di daur ulang (*recycled*).

8. Manfaat corporate social responsibility

Susanto (2007) dalam Susiloadi (2008:126) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR. Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perilaku tidak pantas yang diterima perusahaan. Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung akan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholders-nya. Kelima, meningkatnya penjualan seperti yang terungkap dalam riset Search Worldwide, konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik. Keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khususnya lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

9. Citra

Citra perusahaan tidak dapat di buat hanya dalam semalam, sebaliknya citra perusahaan harus dibangun oleh perusahaan tersebut guna memberikan kesan dan persepsi positif bagi konsumen. Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek (Kotler & Keller, 2013). Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta atau keyakinan (Soemirat, 2010), sedangkan menurut George (2011), citra perusahaan merupakan kombinasi dampak terhadap observer dari semua komponen – komponen verbal maupun visual perusahaan baik yang direncanakan ataupun tidak atau dari pengaruh elemen eksternal lainnya.

Ada beberapa element dari citra perusahaan menurut Kotler & Koller (2013) antara lain:

a) Kepribadian

Keseluruhan karakteristik yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab.

b) Reputasi

Hak yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja.

c) Nilai

Nilai – nilai yang dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan,

karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

d) Identitas perusahaan

Komponen – komponen yang mempermudah pengenalan public sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

10. Jenis citra

Brand image memiliki tiga variabel pendukung yaitu citra perusahaan (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), citra produk (*product image*) dikemukakan Sutisna (2001:80), dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Citra perusahaan

Citra perusahaan adalah sekumpulan asosiasi yang dipersiapkan konsumen terhadap perusahaan yang membuat produk atau jasa. Citra perusahaan berawal dari perasaan pelanggan dan para pelaku bisnis tentang perusahaan yang bersangkutan, (Surachman 2008:275).

2. Citra pemakai

Citra pemakai adalah sekumpulan asosiasi yang diresepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa. Seorang konsumen memilih produk atau merk berdasarkan tipe atau kepribadian mereka. Mereka akan mencocokkan pribadi mereka dengan citra perusahaan yang sesuai, (Schifman & Kamuk 2008:125).

3. Citra produk

Citra produk adalah sekumpulan asosiasi yang dipersiapkan konsumen terhadap produk. Citra produk yang dirasa menyenangkan mempunyai

peluang jauh lebih baik untuk dibeli dari pada yang memiliki citra tidak menyenangkan atau biasa saja, (Schifman & Kamuk 2008:174).

11. Arti penting citra bagi perusahaan

Citra baik yang sudah melekat pada suatu perusahaan merupakan aset penting, dimana citra mempunyai suatu dampak bagus sebagai persepsi baik dalam menjalin komunikasi dalam berbagai hal. Pada tahun 1990 Grootenroos mencoba mengidentifikasi bahwa ada empat hal peran citra bagi perusahaan:

Pertama, citra menceritakan tentang harapan bersama. Dengan kampanye pemasaran eksternal seperti iklan, penjualan pribadi dan komunikasi antara mulut ke mulut, dimana citra yang positif lebih memudahkan bagi perusahaan untuk berkomunikasi secara baik dan efektif.

Kedua, citra adalah sebuah penyaring yang berpengaruh terhadap persepsi kegiatan perusahaan. Kualitas teknis maupun fungsional dilihat melalui saringan ini, jika citra baik maka citra menjadi pelindung.

Ketiga, citra adalah sebuah pengaruh penting dalam manajemen. Dengan kata lain, citra mempunyai dampak internal. Citra yang kurang nyata dan jelas mungkin akan mempengaruhi sikap karyawan dan tentu berpengaruh terhadap kinerja karyawan itu sendiri.

Keempat, citra adalah adalah fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen. Ketika konsumen membangun sebuah harapan dan realitas pengalaman dalam bentuk kualitas pelayanan teknis atau fungsional, kualitas pelayanan yang dirasakan menghasilkan citra.

12. Mamfaat Citra

Perusahaan adalah sumber terbentuknya citra perusahaan, dimana memerlukan berbagai upaya yang harus dilakukan. Informasi yang lengkap dari perusahaan sebagai informasi yang dapat menjawab kebutuhan. Pemahaman yang keliru akan menghasilkan citra yang tidak baik, (Sherley Harison 2010:4). Untuk informasi lebih lengkap manfaat citra dibagi menjadi beberapa aspek yaitu:

a. Personality

Yaitu seluruh karakteristik perusahaan yang dapat dipahami publik seperti perusahaan dapat dipercaya dan memiliki tanggung jawab sosial

b. Reputation

Yaitu hal yang telah dilakukan oleh perusahaan dan diyakini masyarakat dengan sasaran pengalamann sendiri maupun didengar pada pihak lain, contohnya tentang kinerja keamanan transaksi sebuah bank.

c. Velue

Yaitu dimana nilai-nilai yang telah dimiliki perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan, seperti sikap manajemen yang peka terhadap keluhan kesah pelanggan.

13. Hubungan Antara Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan

Dalam pengungkapan hubungan penerapan CSR terhadap citra perusahaan bisa dilihat menurut yang dikemukakan Susanto (2007:28) menurutnya perusahaan yang menjalankan tanggung jawab dengan konsisten akan

mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari aktivitas yang dijalankan. CSR akan meningkatkan citra perusahaan, dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Menurut survei yang dilakukan oleh Environics Internatioanl (Toronto), Comfarance Board (New York) dan Prince of wales bussines leader forum (London), dinyatakan bahwa 60% dari 25.000 responden di 23 negara berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor yang membentuk citra dari sebuah perusahaan. Responden yang selaku konsumen perusahaan biasa saja terhadap perusahaan yang tidak menerapkan CSR.

B. Penelitian terdahulu

1. Mohd. Zulhadli (2012)

Pengaruh penerapan *corporate social responsibility* (CSR) oleh PT RAPP terhadap citra positif perusahaan di kalangan masyarakat pangkalan kerinci timur Kecamatan kerinci Kabupaten Pelalawan. Dimana penerapan CSR nya adalah variabel (X) sedangkan citra positif perusahaan sebagai variabel (Y). Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan regresi linier sederhana dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara CSR dan citra perusahaan positif.

2. Yosa Vega Pransiska (2017)

Pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan di warga sekitar PT PANDATEX Magelang. Dimana variabel (X) adalah penerapan CSR dan variabel (Y) adalah citra perusahaan PT PANDATEX.

penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dan memakai metode kuantitatif. Hasil dalam penelitian ini adalah ditemukannya pengaruh penerapan CSR berdampak baik untuk perusahaan PT PANDATEK dikalangan masyarakat sekitar.

3. Bahrul Urun Arifin (2014)

Pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan (survei pada warga sekitar PT SASA GENDING Probolinggo). Variabel (X) adalah penerapan CSR dan variabel (Y) adalah citra perusahaan PT SASA GENDING. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dengan hasil penelitiannya yang menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan PT SASA GENDING selama ini memberikan pengaruh positif dalam membentuk citra perusahaannya.

4. Kusumadila (2011)

Pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada PT. Lindo di desa Peranap kecamatan Peranap kabupaten Indragiri Hulu. Dimana variabel (X) adalah penerapan CSR dan variabel (Y) adalah citra perusahaan. Analisis dari penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dan didapatkan hasil bahwa penerapan CSR berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan PT Lindo.

5. Anggun Triana, Purwanti Dewi (2016)

Pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan pada BNI Syariah cabang Yogyakarta. Penelitian ini memakai analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Kemudian

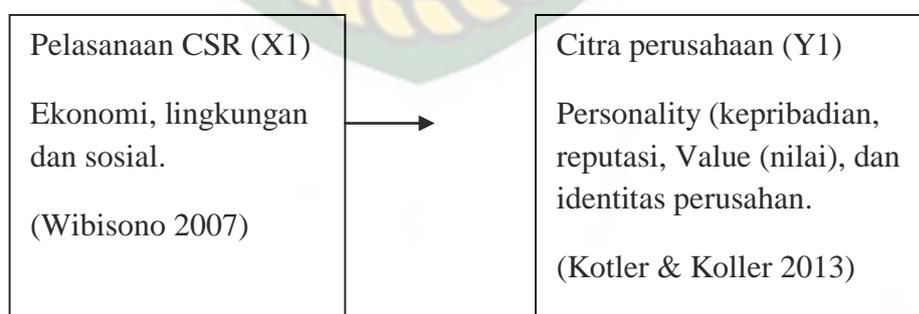
didapatkan kesimpulan atau hasil bahwa penelitian ini menunjukkan hasil positif bahwa CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan pada BNI Syariah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka fikir yang digunakan dalam penelitian ini dapat membantu peneliti dalam menentukan arah kebijakan saat pelaksanaan penelitian. Kerangka fikir ini merupakan skema yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang terlibat dalam penelitian, atau hubungan antara konsep satu dengan konsep lainnya.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, maka untuk mengetahui pengaruh penerapan CSR (X) terhadap citra positif perusahaan (Y) yang mana terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Lalu keduanya akan diuji ketepatan dan keandalannya.

Variabel CSR memiliki tiga indikator yaitu: ekonomi, sosial dan lingkungan. Sementara variabel Citra positif meliputi: personality, reputasi dan value (nilai)



Tabel II.1: Kerangka fikir

D. Hipotesis

Dilihat dari beberapa uraian di atas, dan juga dari perumusan masalah yang ada maka penulis membuat suatu hipotesis atau dugaan sementara bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penerapan CSR yang dilakukan PT. Indri Plant terhadap citra positif perusahaannya di kalangan masyarakat di desa pauh ranap kecamatan peranap kabupaten indragiri hulu.

E. Konsep operasional

Untuk memberikan kesatuan pendapat maka perlu kiranya penulis mengemukakan konsep operasional yang merupakan konsep yang dipakai dalam proses penelitian yang dimaksud untuk menterjemahkan konsep teoritis yang ada sehingga tercipta suatu pengertian dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis akan menjelaskan pemakaian konsep-konsep penelitian untuk menghindari kekeliruan dalam pemakaian konsep yang meliputi :

1. Administrasi bisnis adalah seluruh kegiatan yang berhubungan dalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai laba yang ditargetkan oleh perusahaan dan merupakan kegiatan dari organisasi-organisasi bisnis dalam usahanya mencapai tujuan yaitu mencari keuntungan
2. Manajemen adalah ilmu dan seni yang merupakan sekumpulan proses tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan kepemimpinan, serta pengendalian atas penggunaan sumber-sumber daya organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan.

3. Corporate social responsibility CSR adalah suatu konsep bahwa organisasi atau perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya pemegang saham ,karyawan dan sebagainya. Tapi bukan itu saja ada lagi tanggung jawab yang harus dilakukan suatu perusahaan yaitu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan .
4. Citra adalah adalah sejumlah keyakinan atau ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Sedangkan citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, (Kotler dan Keller, 2009:406)

F. Oprasional variabel

Defenisi operasional variabel penelitian ini adalah suatu defenisis yang diberikan pada suatu variable dengan memberikan arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2012).

Untuk memberikan pemahaman dari variabel-variabel yang terdapat di dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan devinisi variabel-variabel tersebut, yang bisa di lihat dari tabel dibawah ini:

No	Konsep	Variabel	Indikator	Sub indikator	Teknik pengukuran
1	<p>“<i>cannibals with fork, the triple bottom line of twentieth century business</i>” Elkington mengembangkan konsep <i>triple bottom line</i> menjadi istilah <i>economic prosperity, environmental dan social justice</i>. Elkington memberikan pendapat bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan (3P) selain mengejar (<i>profit</i>) perusahaan juga mesti memperhatikan pemenuhan kesejahteraan masyarakat (<i>people</i>) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (<i>planet</i>). Jhon Elkington pada tahun 1997 dalam (Wibisono 2007)</p>	Penerapan <i>corporate social responsibility</i> (X)	1. ekonomi	1.perkembangan ekonomi 2.peranan perusahaan terhadap UKM 3.tingkat pengangguran	Likert
			2.lingkungan	1.keadaan udara disekitar pabrik 2.bagaimana kualitas hutan disekitar pabrik 3.kualitas air bersih	Likert
			3. Sosial	1.pembukaan lapangan kerja bagi putra daerah 2.bantuan untuk yang kurang mampu atau miskin 3.biaya pendidikan bagi pelajar yang berprestasi dan kurang mampu	likert

2	Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. (Kotler & Keller, 2013)	Citra perusahaan (Y)	1. Personalitas (kepribadian perusahaan)	1. kepercayaan masyarakat kepada perusahaan 2. bagaimana tanggung jawab perusahaan dimata masyarakat	Likert
			2. Reputasi	1. kinerja perusahaan 2. keamanan bertransaksi 3. pelayanan perusahaan	Likert
			3. value (nilai)	1. bagaimana budaya diperusahaan 2. manajemen yang peduli terhadap karyawan yang profesional dan disiplin	Likert

Tabel II.2 Operasional variabel

G. Teknik Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini memakai Skala Likert. Dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena. Adapun alternatif jawaban menurut

(Sugiono, 2012:132) dengan 1-3 interval dengan tingakatan yang bisa dilihata pada tabel berikut:

Tabel II.3 Skala Pengukuran Likert

No	Options	Bobot
1	Sangat memuaskan	3
2	Cukup memuaskan	2
3	Kurang memuaskan	1

Pengukuran variabel adalah sebagai berikut :

Baik : Apabila nilai indikator pengaruh penerapan CSR pada citra perusahaan berada pada nilai $>67-100\%$

Kurang Baik : Apabila nilai indikator pengaruh penerapan CSR pada citra perusahaan berada pada nilai $34-66\%$

Tidak Baik : Apabila nilai indikator pengaruh penerapan CSR pada citra perusahaan berada pada nilai $\leq 1-33\%$

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang akan di teliti, maka metode yang dipakai adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat di artikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivism. Digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya diambil secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2013:14).

Disini penulis langsung melakukan penelitian di PT Indri Plant di desa pauh ranap, dengan mensurvey langsung hal-hal yang berhubungan dengan penelitian yang penulis dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang apa yang terdapat pada saat penelitian dengan cara mengumpulkan data.

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Idri Plant yang beralamatkan di desa pauh ranap kecamatan peranap indragiri hulu. Alasan penulis melakukan penelitian disini adalah: PT yang bergerak dibidang industri kelapa sawit mentah ini berdampingan langsung dengan masyarakat oleh karena itu haruslah ada tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang dikeluarkan oleh perusahaan sesuai amanat UU yang berlaku di negara Indonesia. Dan disamping itu peneliti juga ingin

melihat apa dampak penerapan CSR tersebut terhadap citra perusahaan, maka perlu adanya penelitian atau menggambarkan kondisi tersebut dan agar penelitian ini lebih berfokus dan terarah dengan dibatasinya lokasi penelitian.

C. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya dan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:115).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang ditentukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang dipertimbangkan oleh peneliti dalam pengambilan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah kepala keluarga di desa Pauh Ranap dengan jumlah 1.602 KK, yang terdiri dari 10 RW, dimana data ini sesuai dengan data tentang profil desa Pauh Ranap. Dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya, penulis memilih untuk menggunakan simple random sampling. Adapun alasan pemilihan teknik ini menurut Sugiono (2008) adalah di karenakan karakteristik populasinya relatif homogen. Untuk itu peneliti menggunakan rumus dari Yamane dalam Riduwan.

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

n = sampel

N = populasi

D = presisi yang ditetapkan

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

$$n = \frac{1602}{1602.(0,01)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1602}{1602.0,01 + 1}$$

$$n = \frac{1602}{17,02}$$

$$n = 94,12 \approx 94$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh, maka diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 KK. Tapi karena hasil sampel masih terlalu banyak maka penulis memutuskan untuk mengambil jumlah minimal sampel untuk diteliti yaitu 30 sampel. Sebagaimana teori yang dikemukakan Roscoe dalam sugiono (2012:91) yang menyarankan ukuran untuk penelitian adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500, bila sampel dibagi dalam kategori maka minimal sampel dalam setiap kategori adalah 30. Hal ini senada dengan yang dikemukakan Baley dalam Mahmud (2011:159) yang menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik ukuran sampel paling minimal adalah 30.

D. Teknik penarikan sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Sensus dan Simple Random Sampling. Teknik Sensus sampling (sampling jenuh) menurut Sugiyono (2012: 68) adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Yaitu Direktur PT Indri Plant 1 orang dan Karyawan 10 orang sebagai informan. Sedangkan Simple Random Sampling yaitu teknik penentuan pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2012;93). Yakni sebagai responden Konsumen sebanyak 32 orang.

E. Jenis dan sumber data

Pada penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

a. Data primer

Data yang diperoleh langsung dari sumbernya, dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada warga sekitar perusahaan PT Indri Plant.

b. Data Skunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara dan diperoleh dari pihak lain. Data ini juga merupakan pendukung yang diperoleh perusahaan seperti sejarah perusahaan, program CSR yang telah berbentuk arsip.

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiono, 2007:162).

b. Mencatat dokumen

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melihat dan mencatat dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian.

Instrumen penelitian adalah salah satu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2009:102). Instrumen yang dipakai sebagai alat untuk membantu pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner.

G. Analisi Data

1. Teknik Analisis Data

Adapun analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dimana metode kuantitatif adalah sebuah metode yang menganalisa data yang diubah kedalam bentuk angka-angka, yang kemudian diukur dalam pengukuran variabel dengan memakai skala likert. Sedangkan pendekatan deskriptif adalah rincian dari rata-rata tanggapan yang diberikan responden yang dibentuk didalam sebuah tabel dan kemudian diuraikan.

Sebelum melanjutkan analisis data dilanjutkan, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian dengan langkah-langkah sebagai berikut

- a. Uji validitas data bertujuan mengukur valid atau tidak suatu variabel. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai korelasi masing-masing item dengan total skor masing variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai korelasi r hitung terhadap r tabel (Priyanto, 2010:21) adapun beberapa kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:
 - Variabel dinyatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel
 - Variabel dinyatakan tidak valid apabila r hitung $<$ r tabel
- b. Uji realibilitas berguna mengetahui tingkat kehandalan dari butir pertanyaan yang valid, pengujian ini dilakukan dengan mengukur realibilitas dengan uji statistik alfa cronbach's (α) (Prayitno, 2010:32). Adapun kriteria penilaiannya sebagai berikut:
 - Apabila nilai alfa cronbach's $\geq 0,6$ maka butir valid dinyatakan reliabel
 - Apabila nilai alfa cronbach's $\leq 0,6$ maka butir valid dinyatakan tidak reliabel
- c. Model statistik guna mengetahui antara kedua variabel. Maka pengolahan data dilakukan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Dengan menggunakan analisis data memakai metode regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + Bx + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen yang diprediksi (Penerapan CSR)

X = Variabel independen yang memiliki nilai tertentu (Citra perusahaan)

a = Bilangan konstanta

b = Koefesiensi regresi pnerapan CSR

ε = Error (Factor pengganggu)

Selanjutnya untuk memperoleh hasil nilai a dan b dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ab = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Hasil b adalah kofisien arah regresi linier yang digunakan guna menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan dari variabel X per unit.

- d. Pengujian keeratan antara hubungan korelasi untuk melihat sekuat apa atau lemahnya pengaruh antara variabel penerapan CSR terhadap citra perusahaan. Yaitu dengan menggunakan analisis korelasi memakai rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefesiensi

n = Jumlah sampel

X = Independen variabel

Y = Dependen variabel

Tabel III.1: Keerataan hubungan nilai koefiseinsi korelasi dengan interval

Interval Kofisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0, 199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1, 00	Sangat Kuat

Sumber: Muhamad Teguh, 2001, *Metodologi Penelitian Ekonomi, Edisi Pertama. Cetakan Kedua, Penerbit PT. Raja Grfindo Persada, Jakarta*

2. Uji Hipotesis

a. Uji Koefesiensi Destrininasi

Uji koefesiensi destrininasi bertujuan untuk mengukur besarnya peranan antara variabel X dan Y , serta memilih variable X yang dapat menerangkan secara lebih baik mengenai perubahanyang terjadi terhadap variabel Y .

$$\text{KD: } r^{2x} 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefesien destriminasi

r^2 = Jumlah kuadrat koefesiens

Jika r^2 diperoleh dari hasil penjumlahan semakin besar atau mendekati, maka dapat disimpulkan bahwa peranan dari variabel X terhadap Y akan semakin besar. Yang berarti model yang akan digunakan semakin kuat untuk menerangkan variabel Y. Begitu juga sebaliknya apabila r^2 maka semakin kecil untuk mendekati 0 dapat dinyatakan peranan variabel X terhadap variabel Y semakin kecil. Yang berarti model yang digunakan semakin lemah untuk menerangkan variasi variabel tidak bebas. Dimana secara umum dapat dinyatakan bahwa koefesien destriminasi r^2 berada antara 0 dan 1, (Sugiyono, 2011:2017).

b. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat di uji dengan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{rn} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung variabel X

r = Koefesiensi korelasi

n = Jumlah sampel

Apabila nilai t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan apabila t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.



BAB IV

DISKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah PT Indri Plant

PT Indri Plant adalah salah perusahaan yang bergerak dibidang pertanian, atau lebih tepatnya perkebunan. PT Indri Plant ini mengelola perkebunan kelapa sawit. Dengan memiliki kebun yang dimiliki dan juga pabrik minyak kelapa sawit mentah.

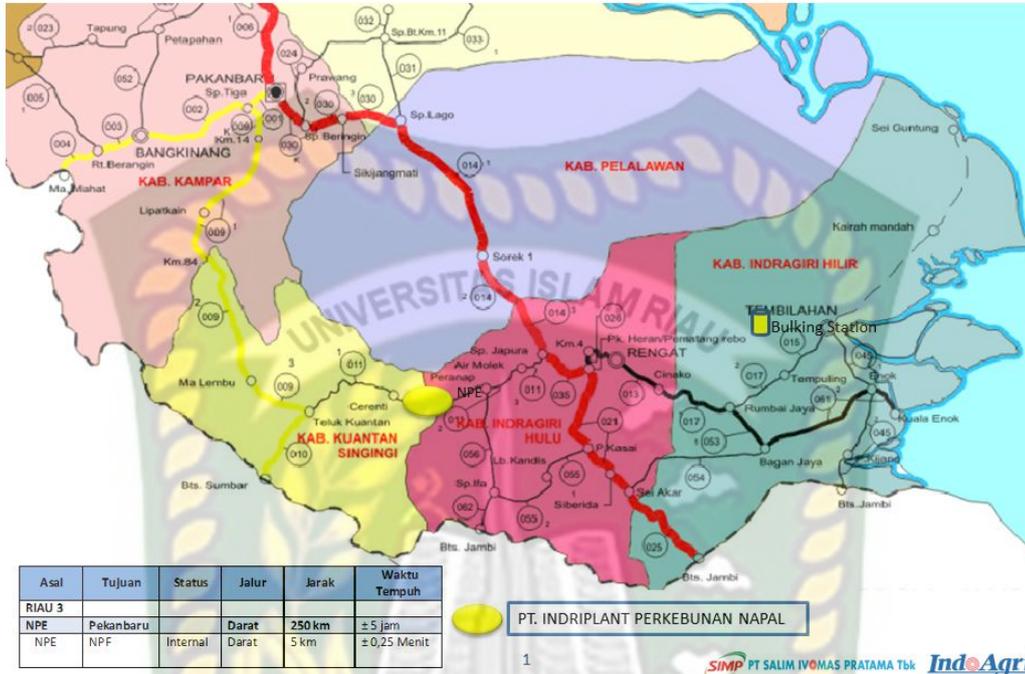
Perusahaan ini beralamatkan atau berlokasi di desa Pauh Ranap, di kecamatan Peranap, kabupaten Indragiri hulu, provinsi Riau. PT. Indri Plant merupakan anak perusahaan dari PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk yang berkedudukan di Jakarta Jl. Jendral Sudirman Kav. 76-78 Sudirman Plaza, Lt 11 & 12.

PT. Indri Plant mulai dibangun secara bertahap sejak tahun 1984 terdiri dari 2 (dua) unit usaha yakni Kebun Napal dan PKS Napal dengan luas 5500 Ha. Secara teritorial berada di wilayah Kabupaten Indragiri Hulu dan terletak di 2 (dua) Kecamatan yaitu Kecamatan Peranap dan Kecamatan Batang Peranap. Wilayah PT. Indriplant juga terbagi di 2 (dua) Desa yaitu Desa Pauh Ranap dan Desa Punti Kayu dan dikelilingi beberapa Dusun disekitarnya. Berikut adalah gambaran pemetaan PT Indri Plant:

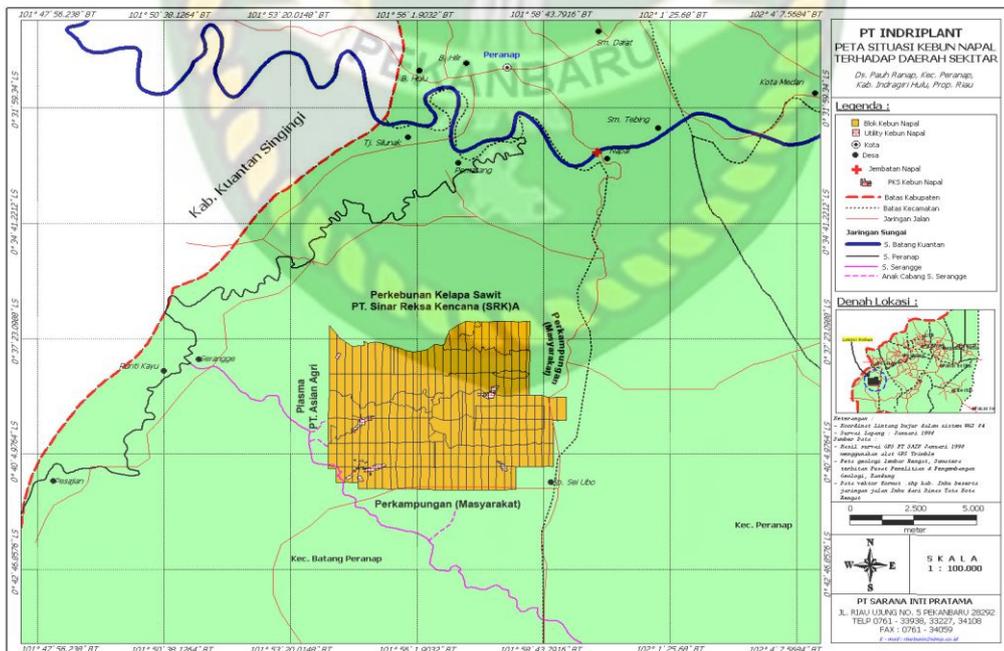
Gambar IV.1: Peta Kebun PT Indri PLANT

Peta Kebun Napal Estate

PT Indriplant
Kebun Napal



Dokumen ini adalah Arsip Miitik :
 Perpustakaan Universitas Islam Riau



B. Struktur Organisasi PT Indri Plant

Di dalam melaksanakan operasionalnya biasanya perusahaan memiliki struktur organisasi sesuai dengan kebutuhan perusahaan tersebut. Struktur organisasi yang telah baik adalah struktur organisasi yang dapat memberikan gambaran tentang kegiatan dan pengaturan tugas serta wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing kelompok yang saling menunjang satu sama lainnya dalam mencapai tujuan perusahaan.

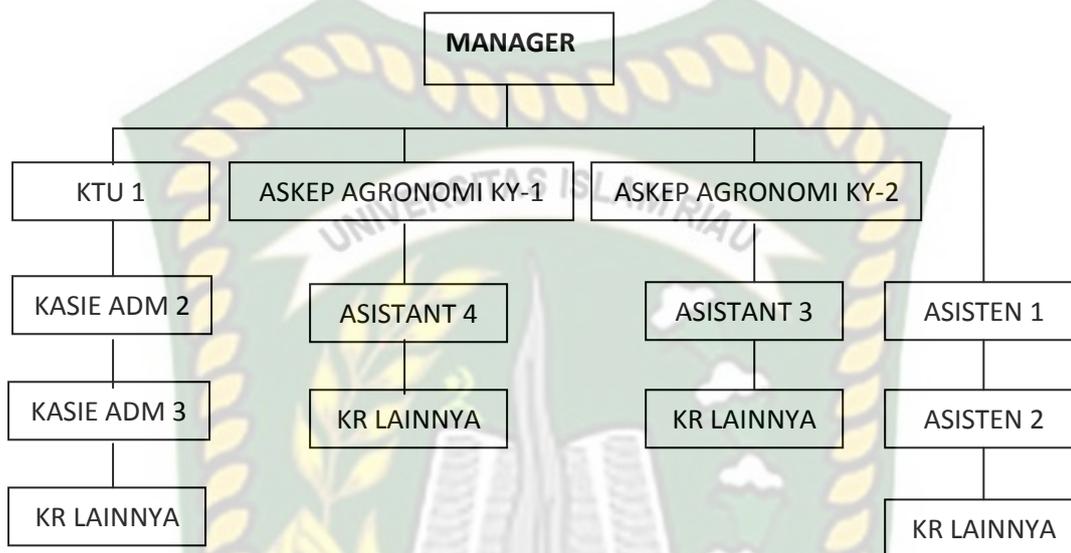
Struktur organisasi sangat menentukan untuk keberlangsungan dan memastikan kinerja perusahaan. Selain itu penempatan struktur organisasi sesuai kemampuan atau bidang yang dikuasai masing – masing individu akan berpengaruh terhadap keefektifan dan efisiensi perusahaan. Dalam suatu organisasi selalu ada beberapa unsur ataupun elemen sebagai berikut:

3. Adanya pemimpin dan yang dipimpin
4. Adanya tujuan yang akan dicapai dan kerja sama
5. Adanya wewenang serta tanggung jawab

Agar fungsi organisasi terbentuk dan bermakna maka perlu adanya pembagian tugas dan wewenang tersebut, selanjutnya di ungkapkan dalam struktur organisasi yang diartikan sebagai hubungan antara macam-macam fungsi aktivitas dalam organisasi. Dengan adanya struktur tersebut, diharapkan para pekerja akan lebih mudah dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tugasnya serta mengetahui siapa yang menjadi pemimpin atau bawasanya. Agar lebih jelas bisa dilihat pada tabel struktur dibawah:

Gambar IV.2

Struktur Organisasi PT Indri Plant



Sumber : profil PT Indri Plant

C. VISI DAN MISI

Setiap organisasi tentu sudah punya visi dan misi nya masing – masing sebagai landasan yang jelas akan tujuan perusahaan dan berbagai cara untuk mewujudkan itu semua. Berikut visi dan misi dari PT Indri Plant:

a. Visi

Menjadi sebuah grup agribisnis yang terintegrasi yang terdepan, dan menjadi grup kelas dunia dibidang penelitian dan pemuliaan benih bibit agricultural

b. Misi

- Menjadi produsen dengan biaya produksi rendah melalui hasil produksi melalui hasil produksi yang tinggi dan operasional yang efektif dan efisien
- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, proses produksi dan teknologi secara berkelanjutan
- Dapat melebihi harapan konsumen dengan memastikan standar kualitas tertinggi
- Berperan sebagai perusahaan yang bertanggung jawab didalam segala aspek pengolahan usahanya, termasuk praktek – praktek yang sehat dan berkelanjutan dalam menjaga lingkungan hidup dan sosial
- Meningkatkan nilai bagi para pemangku kepentingan secara berkelanjutan

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menyajikan data – data yang telah di dapat melalui kuisisioner dan wawancara, guna memperoleh dan mengetahui tanggapan responden. Sesuai dengan jumlah sampel responden yang sudah ditentukan yang meliputi data identitas dan tanggapan responden tentang pengaruh penerapan corporate social responsibility pada PT Indri Plant di desa pauh ranap terhadap citra perusahaannya.

A. Identitas Responden

Sebelum penulis masuk ke pembahasan tentang pengaruh penerapan CSR terhadap Citra perusahaan pada PT Indri Plat, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan tentang identitas responden yang sudah diketahui. Yaitu antara lain:

1. Jenis kelamin

Pada penelitian ini responden terdiri dari laki – laki dan perempuan untuk lebih lanjut bisa di lihat pada tabel berikut:

Tabel V.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pada PT Indri Plant

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki-laki	13	43,3%
2	Perempuan	17	56,7%
Jumlah		30	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah responden laki - laki lebih banyak dari pada perempuan. Dimana responden laki-laki berjumlah 17 orang atau setara dengan 56,7% sedangkan perempuan berjumlah 13 orang atau setara dengan 43,3% dari keseluruhan responden yang sudah ditentukan.

2. Umur Responden

Umur merupakan tingkatan kematangan berpikir dalam melihat dan memahami fenomena yang ada. Identitas responden berdasarkan umur dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	18-22	18	60%
2	23-29	11	36,7%
3	31-37	1	3,3%
Jumlah		30	100%

Sumber :Data Olahan Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahawa ada beragam tingkatan umur responden dimana responden dengan umur 18-22 tahun berjumlah 18 orang dengan persentase 60% dan untuk umur responden 23-29 tahun berjumlah 11 orang dengan persentase 36,7% sedangkan responden dengan umur 31-37 tahun berjumlah 1 orang dengan persentase 3,3%.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan adalah salah satu modal dasar sebagai sebuah hal yang digunakan seseorang dalam berkarir, dimana semakin tinggi pendidikan maka semakin banyak keahlian yang dimiliki. Berikut data responden menurut tingkat pendidikannya:

Tabel V.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada PT Indri Plant

No	Tingkat	Jumlah	Persentase
1	SMA	15	50%
2	Diploma (D3)	5	16,7%
3	Sarjana (S1)	9	30%
4	Magister (S2)	1	3,3%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui variasi responden berdasarkan tingkat pendidikan, dimana responden dengan tingkat pendidikan SMA berjumlah 15 orang dengan persentase 50 %, selanjutnya dengan tingkat pendidikan Diploma (D3) berjumlah 5 orang dengan persentase 16,7% dan tingkat pendidikan Sarjana (S1) berjumlah 9 orang dengan persentase 30% sedangkan tingkat pendidikan Magister (S2) berjumlah hanya 1 orang dengan persentase 3,3%.

4. Profesi Responden

Dari data yang ada terdapat berbagai profesi responden, untuk lebih lanjut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.4 : Jumlah Responden Berdasarkan Profesi Pada PT Indri Plant

No	Profesi	Jumlah	Persentase(%)
1	Ibu rumah tangga	1	3,3%
2	Petani	1	3,3%
3	Buruh	1	3,3%
4	Pelajar / mahasiswa	18	60%
5	Pekerja terlatih (bidan, perawat, dokter dll)	7	23,3%
6	Pegawai negri	2	6,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : *Data Olahan Penelitian, 2020*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui profesi dari responden antara lain responden dengan profesi ibu rumah tangga sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%, profesi petani sebanyak 1 orang dengan persentase 3,3%, profesi buruh juga 1 orang dengan 3,3% sedangkan pelajar/mahasiswa 18 orang dengan persentase 60% dan selanjutnya responden dengan profesi pekerja terlatih sebanyak 7 orang dengan 23,3% dan pegawai negri sebanyak 2 orang dengan persentase 6,7%.

B. Hasil pengaruh penerapan CSR terhadap Citra perusahaan pada PT Indri Plant di desa Pauh Ranap kec Peranap Kab Indragri Hulu.

Konsep pengaruh penerapan CSR terhadap citra perusahaan bersifat relatif tergantung penilaian responden terhadap apa saja yang diterapkan oleh perusahaan. Untuk itu maka antara CSR dan Citra perusahaan dapat di uraikan beberapa bagian sebagai berikut: CSR terdiri dari aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sedangkan Citra perusahaan terdiri dari aspek personality, value (nilai) dan identitas perusahaan itu sendiri

1. Ekonomi

Perusahaan memiliki peranan penting juga dalam membantu pertumbuhan ekonomi terutama bagi wilayah disekitar perusahaan. Untuk mengetahui peranan perusahaan dalam memajukan ekonomi di sekitar perusahaan menurut responden bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel V.5 : Tanggapan Responden Peranan Perusahaan Dalam Membantu Perkembangan Ekonomi Terutama Diskitar Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	5	16,7%
2	Cukup Memuaskan	20	66,7%
3	Kurang Memuaskan	5	16,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui responden dengan jumlah 20 orang dengan persentase 66,7% menyatakan cukup memuaskan sedangkan responden yang menyatakan sangat memuaskan sebanyak 5 orang dengan 16,7% sama hal dengan yang menyatakan kurang memuaskan dengan jumlah yang sama yaitu 5 orang dengan persentase 16,7%.

Tabel V.6 : Tanggapan Responden Terhadap Peranan Perusahaan Dalm Membantu UKM Di Sekitar Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	4	13,3%
2	Cukup Memuaskan	23	76,7%
3	Kurang Memuaskan	3	10%
Jumlah		30	100%

Dari tabel diatas dapat diketahui di mana responden mengungkapkan ada 4 oarng yang mengungkapkan sangat memuaskan dengan persentase 13,3% dan cukup memuaskan sebanyak 23 orang dengan 76,7% sedangkan responden dengan pilihan kurang memuaskan sebanyak 3 orang dengan persentase 10%.

Tabel V.7 : Tanggapan Responden Terhadap Peranan Perusahaan Dalam Mengatasi Pengangguran Terutama Di Sekitar Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	6	20%
2	Cukup Memuaskan	17	56,7%
3	Kurang Memuaskan	7	23,3%
Jumlah		30	100%

Sumbaer: Data olahan peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat dilihat ada 6 orang yang mengungkapkan sangat memuaskan dengan 20% dan untuk pilihan cukup memuaskan ada 17orang dengan 56,7% sedangkan kurang memuaskan sebanyak 7 orang dengan persentase 23,3%.

2. Lingkungan

Lingkungan adalah salah satu hal yang penting yang harus dperhaatian perusahaan disamping mengejar keuntungan yang banyak. Untuk itu bisa kita liat tanggapan responden tentang peranan perusahaan pada lingkungan yaitu sebagai berikut:

Tabel V.8 : Tanggapan Responden Terhadap Solusi Yang Di Lakukan Perusahaan Agar Udara Tidak Tercemar Asap Pabrik

No	Keterangan	Jumlah	Persentase %
1	Sangat memuaskan	4	13,3%
2	Cukup memuaskan	13	43,3%
3	Kurang memuaskan	13	43,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat di lihat ada 4 orang responden mengungkapkan sangat memuaskan dengan 13,3% dan ada 13 orang dengan pilihan cukup memuaskan dengan 43,3% sama dengan pilihan yang diberikan responden untuk pilihan kurang memuaskan yaitu sebanyak 13 orang dengan persentase 43,3%.

Tabel V.9 : Tanggapan responden terhadap peranan perusahaan dalam merawat hutan sekitar

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	8	26,7%
2	Cukup memuaskan	13	43,3%
3	Kurang Memuaskan	9	30%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui ada 8 orang responden yang mengungkapkan sangat memuaskan terhadap peranan perusahaan dalam merawat hutan sekitar dengan persentase 26,7% dan responden dengan pilihan cukup

memuaskan sebanyak 13 orang dengan 43,3% sedangkan untuk pilihan kurang memuaskan ada sebanyak 9 orang dengan persentase 30%.

Tabel V.10 : Tanggapan Responden Terhadap Peranan Perusahaan Merawat Air Bersih Supaya Tidak Tercemar Limbah Pabrik

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	5	16,7%
2	Cukup Memuaskan	16	53,3%
3	Kurang Memuaskan	9	30%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari tabel di atas dapat diketahui ada 6 orang memilih sangat memuaskan dengan 16,7% dan 16 orang untuk pilihan cukup memuaskan dengan 53,3% sedangkan untuk pilihan kurang memuaskan ada sebanyak 9 orang dengan persentase 30%.

3. Sosial

Aspek sosial adalah hal yang mengarah langsung ke masyarakat dengan melihat keluhan kesah langsung dari masyarakat dan ikut serta dalam mengatasi problem yang ada. Untuk itu bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel V.11: Tanggapan Responden Tentang Pembukaan Lapangan Kerja

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	10	33,3%
2	Cukup Memuaskan	13	43,3%
3	Kurang Memuaskan	7	23,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan penelity, 2020

Dari tabel diatas dapat di ketahui ada 10 orang responden memilih dengan jawaban sangat emuaskan dengan 33,3% dan pilihan cukup memuaskan sebanyak 13 orang dengan 43,3 sedangang pilihan kurang memuaskan ada 7 orang dengan persentase 23,3%.

**Tabel V.12: Tanggapan Responden Tentang Bantuan Yang Diberikan
Perusahaan Terhadap Warga Miskin Dan Kurang Mampu**

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	4	13,3%
2	Cukup Memuaskan	21	70%
3	Kurang Memuaskan	5	16,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui pilihan cukup memuaskan sangat mendominasi sebanyak 21 orang dengan 70% dan sangat memuaskan sebanyak 4 orang 13,3% sedangkan untuk pilihan kurang memuaskan ada 5 orang yang mengungkapkan dengan persentase 16,7%.

Tabel V.13 : Tanggapan Responden Terhadap Bantuan Di Bidang Pendidikan Bagi Pelajar Yang Kurang Mampu Atau Berprestasi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	7	23,3%
2	Cukup Memuaskan	19	63,3%
3	Kurang Memuaskan	4	13,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari data tabel diatas diketahui bahwa ada 19 responden, memilih untuk mengungkapkan cukup memuaskan dengan 63,3% dan ada 7 orang yang mengungkapkan sangat memuaskan dengan 23,3% sedangkan ada 4 orang yang mengungkapkan kurang memuaskan dengan persentase 13,3%.

4. Personality perusahaan

Personality adalah keseluruhan cara seseorang atau perusahaan ereaksi dan berinteraksi dengan seseorang atau lainnya. Untuk lebih lanjut bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel V.14 : Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan Yang Dibangun Perusahaan Di Mata Masyarakat

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	5	16,7%
2	Cukup Memuaskan	20	66,7%
3	Kurang Memuaskan	5	16,7%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui tindaakan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dimana ada 5 orang yang mengungkapkan sangat memuaskan terhadap perusahaan dengan 16,7% dan ada 20 orang yang mengungkapkan cukup memuaskan dengan 66,7% sedangkan untuk kurang memuaskan ada 5 orang dengan persentase 16,7%.

Tabel V.15 : Tanggapan Respoden Terhadap Tanggung Jawab Yang Dilakukan Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	5	16,7%
2	Cukup Memuaskan	19	63,3%
3	Kurang Memuaskan	6	20%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pelihan cukup memuaskan yang paling banyak dijawab responden yaitu sebanyak 19 setara dengan 63,3% sedangkan jawaban sangat memuaskan ada 5 orang dengan 16,7% dan kurang memuaskan sebanyak 6 orang dengan persentase 20%.

5. Reputasi

Reputasi biasanya hadir terhadap keyakinan yang ditimbulkan tentang citra perusahaan yang dikomunikasikan perusahaan itu sendiri. Mari lebih jelas kita lihat tabel dibawah ini:

Tabel V.16 : Tanggapan Responden Tentang Kinerja Perusahaan Di Mata Masyarakat

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	9	30%
2	Cukup Memuaskan	18	60%
3	Kurang Memuaskan	3	10%
Jumlah		30	100%

Dari tabel diatas di ketahui dimana ada 60% dari total responden mengungkapkan cukup memuaskan yaitu sebanyak 18 orang dan sangat memuaskan ada 9 orang dengan 30% sedangkan cukup memuaskan di ungkapkan oleh 3 orang responden dengan persentase 10%.

Tabel V.17 : Tanggapan Responden Tentang Bagaimana Keamanan Bertransaksi Dengan Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	5	16,7%
2	Cukup Memuaskan	18	60%
3	Kurang Memuaskan	7	23,3%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari tabel diatas dapat di ketahui bahwa responden lebih memilih cukup memuaskan yaitu sebanyak 18 orang dengan 60% ketimbang kurang memuaskan yang hanya 7 orang dengan 23,3% sedangkan sangat memuaskan hanya 5 orang dengan persentase 16,7%

Tabel V.18 : Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	5	16,7%
2	Cukup Memuaskan	21	70%
3	Kurang Memuaskan	4	13,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan peneliti. 2020

Dari tabel diatas di ketahui dimana angka yang besar ada pada jawaban cukup memuaskan sebanyak 21 dengan 70% lalu disusul sangat memuaskan sebanyak 5 orang dengan 16,7% sedangkan kurang memuaskan sebanyak 4 orang dengan persentase 13,3%.

6. Value (nilai perusahaan)

Value atau nilai adalah alat yang menunjukkan alasan dasar bahwa “cara pelaksanaan atau keadaan akhir tertentu lebih disukai secara sosial dibandingkan cara pelaksanaan atau keadaan akhir yang berlawanan”. Untuk lebih lanjut bisa dilihat ditabel dibawah ini:

Tabel V.19 : Tanggapan Responden Tentang Budaya Baik Yang Dilakukan Perusahaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	7	23,3%
2	Cukup Memuaskan	19	63,3%
3	Kurang Memuaskan	4	13,3%
Jumlah		30	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui responden paling sedikit ada 4 orang dengan 13,3% yang menyatakan kurang memuaskan dan 19 orang mengatakan cukup memuaskan dengan 63,3% dan 7 orang yang mengatakan sangat memuaskan dengan persentase 23,3%

Tabel V.20 : Tanggapan Responden Tentang Kepedulian Perusahaan Terhadap Karyawan Yang Disiplin Dan Profesional

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Sangat Memuaskan	10	33,3%
2	Cukup Memuaskan	18	60%
3	Kurang Memuaskan	2	6,7%
Jumlah		30	100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui ada 10 orang yang menyatakan sangat memuaskan dengan 33,3% dan ada 18 orang menyatakan cukup memuaskan dengan 60% sedangkan 2 orang sisanya menyatakan kurang memuaskan dengan persentase 6,7%

**Tabel V.21 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel
Corporate Social Responsibility (CSR)**

No	Pertanyaan	Kategori			Jumlah
		SM	CM	KM	
1	Peranan peusahaan membantu perekonomian sekitar	5 16,7	20 66,7	5 16,7	30
2	Bantuan kepada UKM disekitar	4 13,3	23 76,7	3 10	30
3	Peranan perusahaan mengurangi atau mengatasi pengangguran	6 20	17 56,7	7 23,3	30
4	Mencegah polusi udara dari asap pabrik	4 13,3	13 43,3	13 43,3	30
5	Perawatan air bersih agar tidak tercemar limbah pabrik	5 16,7	16 53,3	9 30	30
6	Menjaga kelestarian Hutan	8 26,7	13 43,3	9 30	30
7	Pembukaan lapangan kerja terutama bagi putra daerah	10 33,3	13 43,3	7 23,3	30
8	Bantuan yang Di keluarkan untuk warga miskin atau kurang Mampu	4 13,3	21 70	5 16,7	30
9	bantuan program pendidikan untuk pelajar berprestasi atau kurang mampu	7 23,3	19 63,3	4 13,3	30
Jumlah		53	155	62	270
Rata-rata		5,8	17,2	6.8	30
Persentase		20%	57%	23%	100%

Sumber: Data olahan peneliti, 2020

Tabel V.22: Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Variabel Citra Perusahaan

No	Pertanyaan	Kategori			Jumlah
		SM	CM	KM	
1	Kepercayaan masyarakat kepada perusahaan	5 16,7	20 66,7	5 16,7	30
2	Tanggung jawab perusahaan	5 16,7	19 63,3	6 20	30
3	Kinerja perusahaan	9 30	18 60	3 10	30
4	Keamanan bertransaksi dengan perusahaan	5 16,7	18 60	7 23,3	30
5	Pelayanan perusahaan	5 16,7	21 70	4 13,3	30
6	Budaya baik yang dilakukan perusahaan	7 23,3	19 63,3	4 13,3	30
7	Kepedulian perusahaan terhadap karyawan yang disiplin dan berprestasi	10 33,3	18 60	2 6,7	30
Jumlah		46	133	31	210
Rata-rata		6,5	19	4,4	30
Persentase		22%	63%	15%	100%

Sumber : Data Olahan peneliti, 2020

C. Pengujian Intrument Penelitian

Berdasarkan hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang diberikan kepada para responden melalui variabel penerapan *corporate social responsibility* dan citra perusahaan maka akan diuji kelayakan dari masing variabel dan indikator-indikator, atau dapat juga di sebut dengan pengujian kualitas data yang bertujuan untuk menentukan batas kebenaran dan ketetapan alat ukur (kuesioner) pada suatu indikator variabel. peneilitan ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengukur sah atau valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu akan dukr oleh kuesiner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang kita buat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam penelitian ini uji coba dilakuakn pada 30 responden dengan menggunakan perhitungan uji validitas dilakuakn dengan program SPSS versi 22. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (untuk r hitung dapat dilihat tiap butirnya pada lampiran output cronbach alpha pada kolom *corrected item-total correlation*) dengan r tabel untuk degree of freedom ($df = n-2$), dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Didalam penelitian ini jumlah sampel $n(30) = 30$ dan dari sini dapat diketahui r tabelnya adalah 0,349. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Maka berikut bisa menampilkan hasil dari uji validitas dari tiap variabel yang ada, agar lebih mudah dan demengerti dengan jelas maka peneliti membuat dalam bentuk tabel.

Dan semua hasil dari uji validitas yang telah dilakukan bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.23: Hasil Dari Uji Validitas Instrument Penelitian

NO	Item	Corrected Item Total Correlations (r hitung)	r table a = 0,05	Keterangan hasil
X	X1	0,564	0,349	Valid
	X2	0,774	0,349	Valid
	X3	0,766	0,349	Valid
	X4	0,692	0,349	Valid
	X5	0,595	0,349	Valid
	X6	0,674	0,349	Valid
	X7	0,671	0,349	Valid
	X8	0,828	0,349	Valid
	X9	0,641	0,349	Valid
Y	Y1	0,887	0,349	Valid
	Y2	0,730	0,349	Valid
	Y3	0,859	0,349	Valid
	Y4	0,841	0,349	Valid
	Y5	0,781	0,349	Valid
	Y6	0,578	0,349	Valid
	Y7	0,737	0,349	Valid

Sumber : Data Olahan peneliti, 2020

Berdasarkan tabel V.23 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel baik itu penerapan corporate social responsibility dan juga citra perusahaan, dengan kata lain dapat diketahui disini $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka dinyatakan valid. Untuk mengetahui besar pengaruh baik secara parsial maupun menggunakan model

$Y=a + bx + \epsilon$. Maka selanjutnya akan dilakukan pengujian dengan menggunakan uji regresi linier sederhana antara kedua variabel, untuk lebih lanjut bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel V.24: Hasil regresi linier sederhana (Model Coefecient)

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,545	1,441		1,766	.088
	Penerapab CSR	.675	.079	.850	8,542	.000

a. Dependent Variable: Citra perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linear sederhana adalah $Y= 2,545 + 0,850 = 8,542$

2. Koefisiensi Regresi

Jika dilihat dari persamaan pada regresi linear sederhana pada tabel diatas, maka diketahui bahwa nilai $a = 2,545$ menunjukkan bahwa variabel penerapan CSR adalah konstanta (tetap) maka besar penerapan CSR pada PT Indri Plant adalah 2,545, sedangkan koefisiensi linear sederhananya adalah 0,850 yang artinya setiap perubahan variabel X (penerapan CSR) berubah sebesar satuan-satuan variabel Y (Citra perusahaan) akan berubah sebesar 0,850.

3. Menentukan Koefisiensi Korelasi

Koefisiensi korelasi (r) bertujuan untuk mengetahui atau melihat kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent, nilai koefisiensi dari korelasi (r) adalah 0,850, berarti kerataan hubungan antara variabel bebas (penerapan CSR) dengan variabel terikat (Citra perusahaan) dikategorikan kuat karena pada range 0,60 – 0,799 dinyatakan kuat. Dan jika dilihat pada hasil yang diketahui pada arah hubungan yang berada pada angka 0,850 menunjukkan penerapan CSR akan berdampak kepada Citra perusahaan.

4. Menentukan Koefisiensi Destrinasi

Uji koefisiensi destrinasi R Square (R^2) akan bertujuan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independent terhadap variabel dependent. Untuk melihat jelas hasil perhitungan koefisiensi korelasi (r) dan koefisiensi destrinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel V.25: Hasil perhitungan koefisiensi destrinasi (model summary)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.850 ^a	.723	.713

a. Predictors: (Constant), penerapan CSR

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisiensi destrinasi R Square (R^2) diperoleh sebesar 0,723 atau 72,3%. Ini menunjukkan bahwa variabel penerapan CSR mempengaruhi Citra perusahaan pada PT Indri Plant sebesar

72,3% sisanya adalah 27,7 yang dipengaruhi oleh variabel yang lain dan tidak dibahas pada penelitian ini.

5. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui sebagaimana tingkat signifikan pengaruh variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y). Untuk uji t apakah signifikan apabila $t_{hitung} > t_{table}$. Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS diatas maka dapat disimpulkan bahwa: $DF = n - k - 1 = 100 - 1 - 1 = 28$ $\alpha = 0,05$ maka $(0,05:28)$ adalah sebesar 1,701.

Tabel V.26: Tabel parsial penerapan CSR terhadap Citra perusahaan

Variabel	t-hitung	t – table
Penerapan CSR	8,542	1,701

Sumber : Data Olahan peneliti, 2020

Dengan demikian dapat diketahui bahwa X, t – hitung 8,542 dengan t – tabel sebesar $(0,05:28) = 1,284$ karena t – hitung (8,542) > dari t – tabel (1,701) maka H_0 ditolak H_a diterima. Dengan variabel penerapan CSR berpengaruh signifikan terhadap Citra perusahaan pada PT Indri Plant.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap Citra perusahaan pada PT Indri Plant di desa pauh ranap kecamatan peranap kabupaten indragiri hulu, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa penerapan CSR dimana meliputi dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan secara persial berpengaruh terhadap citra positif perusahaan pada PT Indri Plant. Pengaruh penerapan CSR terhadap citra perusahaan PT Indri Plant digolongkan kuat, yaitu koefisien korelasi (r) dengan nilai 0,850, selanjutnya jika dilihat dari hasil Uji t maka diperoleh nilai $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$ ($8,542 > 1.284$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a Diterima. Dengan kebulatan kesimpulan bahwa penerapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Citra perusahaan pada PT Indri Plant di desa pauh ranap kecamatan peranap kabupaten indragiri hulu.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis dapat memberikan beberapa saran kepada perusahaan sebagai berikut:

1. Sudah seharusnya sebuah perusahaan ikut andil dalam perkembangan ekonomi terutama menegmbangkan ekonomi di sekitar perusahaan, jangan

hanya mementingkan keuntungan semata saja, begitu juga pada PT Indri Plant dimana perusahaan ini harus membantu dalam mendorong perekonomian daerah sekitar dengan membantu UKM setempat maupun pembukaan lapangan kerja demi menunjang ekonomi yang stabil dan merata di daerah.

2. PT Indri Plant hendaknya lebih memperhatikan lagi terhadap pencemaran yang bisa saja terjadi, baik itu dari polusi udara karena asap pabrik, polusi air dari limbah pabrik dan penjagaan kualitas hutan yang asri, dan semua hal ini harusnya dilakukan berkelanjutan dan dalam jangka waktu yang panjang.
3. Perusahaan kelapa sawit ini (PT Indri Plant) harus lebih peka terhadap permasalahan sosial yang ada dimasyarakat, dengan cara bersinergi dengan pemerintahan misalnya untuk memastikan semua masyarakat daerah bisa makan bisa sekolah dan mendapatkan kesehatan jasmani maupun rohani.
4. PT Indri plant semestinya memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sekitar.
5. Perusahaan seharusnya jadi contoh bagaimana menciptakan budaya kerja yang baik, benar dan adil.
6. Perusahaan harus mementingkan peluang kerja bagi putra daerah setempat dibandingkan orang luar, walaupun kualitas SDM di daerah sekitar rendah tapi semua bisa dibina semua bisa diberikan pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asniwaty, Besse. 2010. Evaluasi Pelaksanaan *Coorporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. Pupuk Kaltim. Jurnal Eksis. Vol. 6 No.1. Hal. 1267-1273.
- Asy'ari, Hasan. 2009. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Newmont. Tesis. Semarang: Magister Ilmu Hukum Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro.
- Daniri, Mas Achmad. 2008a. "Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Bag. I)". [http://www.madaniri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggungjawab sosialperusahaan-bag-i/](http://www.madaniri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggungjawab-sosialperusahaan-bag-i/). Diakses tanggal 15 April 2013.
- Elkington, John. 1998. *Cannibal with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga. Nedi. Hubungan Citra Merek (*Brand Image*) dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Palembang).

www.thewinnerlife.multiply.com. 20 April 2008. Diakses pada tanggal 9 Januari 2013.

Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk. 2008. Perilaku Konsumen. Diterjemahkan oleh: Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.

Sen, Shanker & Bhattachrya, CB. 2011. Journal of Marketing Research, 2001, Consumer Reaction to Corporate Social Responsibility, (Online), (<http://www.extenzaeps.com/AMAdoi/abs/10.1509/jmkr>, diakses tanggal 14 April 2013).

