

CSR DAN CITRA PERUSAHAAN (Survei pada Warga Sekitar PT Pandatex)

Yosa Vega Prasiska^{1*}, Bunga Pertiwi², Yosi Rizky Nabila³

Kristin Indah⁴, Dian Safitri⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang

*Email: yosa.vegaprasiskaa@gmail.com

Abstrak

Keywords:
Corporate Social
Responsibility
(CSR), Citra
Perusahaan,
Community
Support,
Environment dan
Non teritorial
Operation

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan di warga sekitar perusahaan PT Pandatex yang diukur dari variabel-variabel Corporate Social Responsibility yaitu dari Community Support, Environment, dan Non teritorial Operation. Diharapkan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kegiatan-kegiatan dan kualitas Corporate Social Responsibility sehingga lebih dapat meningkatkan lagi Citra Perusahaan dimasa yang akan datang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan melakukan survey terhadap warga sekitar PT Pandatex. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan mendapat kesimpulan bahwa variable Community Support dan Environment tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan sedangkan Non Teritorial Operation berpengaruh terhadap citra perusahaan. Adapun rincian nilai ketiga variabel tersebut sebagai berikut: Community Support sebesar -1.298 Environment sebesar 0.385 dan Non Teritorial Operation 7.381.

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya perusahaan juga memunculkan kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar dimana perusahaan itu beroperasi. 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. Terdapat banyak hal yang dapat membentuk citra positif terhadap perusahaan salah satunya melalui Corporate Social Responsibility. *Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan

memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan^{****}.

Pada saat ini cukup banyak fenomenafenomena mengenai pelanggaran CSR oleh perusahaan yang mengakibatkan pencemaran lingkungan. Contohnya pada hari Senin, 25 Mei 2016 Wahana Lingkungan (Walhi) daerah Bandar Lampung juga masih mendapat banyak tuntutan dari Warga Kelurahan Campang Raya Kecamatan Sukabumi di Kota Bandar Lampung. Bahwa daerah sekitar mereka tercemar akibat limbah cangkang sawit milik PT Summit Biomass Indonesia Perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan limbah cangkang sawit tersebut,

diduga telah melakukan pencemaran dan perusakan lingkungan. Akibatnya, sebanyak 410 kepala keluarga (KK) mulai terganggu kesehatannya, bahkan sulit mendapatkan air bersih (harianterbit.com)

Salah satu *stakeholder* terpenting bagi perusahaan adalah masyarakat. Masyarakat adalah pihak yang secara tidak langsung ikut merasakan setiap detil kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Masyarakat juga memiliki kaitan erat dengan pembentukan citra perusahaan yang juga merupakan pilar bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Hal tersebut dikatakan karena mengingat citra lahir di benak masyarakat dan tidak selamanya citra yang terbentuk adalah citra yang positif. Adona (2006:107) mendefinisikan citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka pribadi. Citra yang positif dari suatu organisasi akan memiliki dampak yang menguntungkan organisasi tersebut, sedangkan citra yang negatif akan merugikan organisasi. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu organisasi.

Melihat betapa kuatnya pengaruh pelaksanaan program CSR terhadap pembentukan citra perusahaan, maka bermaksud ketika sebuah perusahaan memiliki citra negatif, fungsi serta peranan sosial dari CSR yang telah dilakukan haruslah kembali dikaji. Menggunakan penelitian ini, peneliti berfokus pada bagaimana penerapan program CSR di PT Pandatex serta seberapa besar pengaruh penerapan CSR PT Pandatex terhadap citra perusahaan.

Hubungan Antara Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan

Menurut Susanto (2007:28) perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan

manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. Penerapan program CSR akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Selama ini yang menjadi tujuan suatu perusahaan didirikan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dan meningkatkan citra perusahaan yang akan menjamin pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan (*sustainability*) bila perusahaan memberi perhatian pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar. Masyarakat juga sudah pintar dalam menilai bagaimana kontribusi suatu perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Selama ini, CSR di identikkan dengan seberapa besar uang yang dikeluarkan oleh perusahaan.

CSR tidak hanya dilihat dari besarnya uang yang telah diberikan perusahaan, nilai intangible juga sangat penting terkait dengan sejauh mana perusahaan aktif dan proaktif dengan lingkungan. Berdasar pada hal tersebut saat ini beberapa perusahaan telah melaksanakan program CSR sebagai suatu komitmen dan tanggung jawab perusahaan dalam berkontribusi aspek ekonomi, sosial dan lingkungan hidup dan diharapkan memperoleh dukungan dari masyarakat luas dan berdampak positif terhadap citra perusahaan [13].

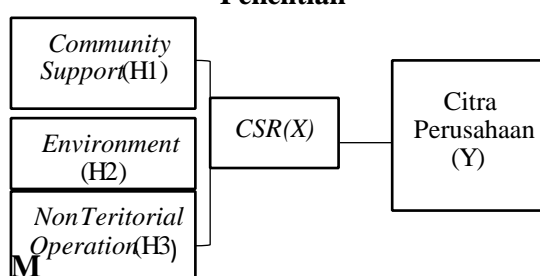
Penelitian Terdahulu

Anofrida Yenti (2013) menyatakan bahwa pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan PT Semen Padang, Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi sosial dan lingkungan terhadap citra PT Semen Padang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi sosial dan dimensi lingkungan berpengaruh terhadap citra PT.Semen Padang. Dari kedua variabel yang diteliti, dimensi lingkungan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap citra

PT.Semen Padang dibandingkan dengan dimensi sosial.

Sylviana, dkk (2015). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada warga di desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kec Lawang Malang), Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variable memiliki pegraruh secara signifikan terhadap citra Perusahaan. Variabel sama antara variabel-variabel *corporate social responsibility* yang terdiri dari Community Support (X1), Environment (X2) dan Product (X3) terhadap Citra Perusahaan (Y).

Model Hipotesis dan Hipotesis Penelitian



Gambar 1. Model Hipotesis

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *explanatory research*, dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tempurejo, Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang. Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari Variabel *Community Support* (H1), Variabel *Environment* (H2), dan Variabel *Non Teritorial Operations* (X5). Variabel terikat (dependen) pada penelitian ini adalah Citra Perusahaan(Y). Penelitian ini menggunakan skala *Likert* dengan memberi skor *numeric* berkisar 1 sampai dengan 5 yaitu 1 dinyatakan sebagai sangat tidak setuju dan 5 dinyatakan sebagai sangat setuju.

Populasi pada penelitian ini adalah warga sekitar Desa Tempurejo,

Kecamatan Tempuran, Kabupaten Magelang. Sampel dari penelitian ini yaitu 100 orang responden. Untuk teknik

pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik *Random Sampling*

Uji kualitas data penelitiann ini dilakukan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validasi digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut (Ghozali,2011). Sedangkan pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2011).

Penelitian ini menggunakan abnalisis regresi linear berganda dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh varaiabel indepeden terhadap varaiabel dependen. Adapun model persamaan regresi linier sebagai berikut :

$$CP = \alpha + \beta_1CS + \beta_2ENV + \beta_3NTO + e$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan/pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dapat menggunakan software statistic yaitu SPSS 21. Metode pearson correlation menyatakan butir pertanyaan/pernyataan dikatakan valid apabila signifikan butir pertanyaan/pernyataan (2tailed) $\leq 0,05$ dan atau $\leq 0,01$. Hasil uji validitas kuesioner pada table berikut :

Variabel	Kesimpulan
Community Support	Valid
Environment	Valid
Non U.S Operation	Valid
Citra Perusahaan	Valid

Sumber: Data primer, diolah 2017

Berdasarkan table dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid.

3.1. Uji Reliabilitas

Setelah semua variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid, maka dilakukan uji berikutnya yaitu reliabilitas variabel. Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan/pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dengan menggunakan alat ukur yang sama. Pengambilan kesimpulan uji reliabilitas yaitu diuji dengan *croanbach's alpha* dari masing-masing instrument dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal atau reliabel jika memberikan nilai *croanbach's alpha* > 0,70 (Ghozali, 2013)

Hasil Uji Reliabel Variabel

Variabel	R alpha	Keterangan
Community Support	0.845	Reliabel
Environment	0.794	Reliabel
Non US Operation	0.865	Reliabel
Citra Perusahaan	0.722	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah 2017

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa *Community Support* (H1), *Environment* (H2) dan *Non Teritorial Operations* (H3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan dengan hasil nilai F hitung 21.1774 dan signifikansi F sebesar 0,000 ($p < 0,05$).

Hasil analisis data dilihat pada Tabel 2 Hasil Analisis Regresi secara Parsial

Depen	Inde	Unstandar	T Hit	Probabil
dent	pend	dized	itas	ent
Koefisien				
(B)				
Citra	Kons	2.653	Perusa	tanta
haan	H1	-0.077	7.410	0.000
	H2	0.027	-1.298	0.197
	H3	0.385	0.0385	0.701
Variabel Terikat				
R	: 0.631			
R Square	:			
0.398				
Adjusted R Square	:			
0.379				
F hitung	:			
21.174				
Probabilitas	:			
(Sig) F Hitung	:			
0.000				

Hasil Analisis Regresi secara Parsial

Berdasarkan tabel uji t, seperti yang tergambar pada hasil olahan data statistik, maka dapat dilihat pengaruh antara variable independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

- Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah *Community Support* (H1) tidak berpengaruh terhadap Citra Perusahaan (Y). Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Community Support* memiliki nilai koefisien sebesar -0.077, nilai probabilitas 0.197 > 0.05 dan nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel $-1.298 < 1,66088$ yang menunjukkan bahwa t-hitung berada pada daerah H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan hipotesis H1 tidak diterima, yang artinya *community support* tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Vinka (2009) yang menunjukkan bahwa variabel *Community Support* memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan

- b. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Environment (H2) tidak berpengaruh terhadap Citra Perusahaan (Y). Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Environment memiliki nilai koefisien sebesar 0.027, nilai probabilitas $0.701 > 0.05$ dan nilai t-hitung lebih kecil dari ttabel $0.385 < 1,66088$ yang menunjukkan bahwa t-hitung berada pada daerah H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan hipotesis H1 tidak diterima, yang artinya *environment* tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan. Penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Vinka (2009), yang menyatakan variable *Environment* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap citra perusahaan.
- c. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah *Non Teritorial Operation* (H3) berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan (Y). Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Non Teritorial Operation* memiliki nilai koefisien sebesar 0.385, nilai probabilitas $0.000 < 0.05$ dan nilai t-hitung lebih besar dari dari t-tabel $7.381 > 1,66088$ yang menunjukkan bahwa t-hitung berada pada daerah H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan hipotesis H1 diterima, yang artinya *non teritorial operation* berpengaruh terhadap citra perusahaan

Penelitian ini, khususnya pada variabel *Non Teritorial Operations* (H3) terdapat perbedaan dalam hal penggunaan variabel *Non-U.S Operations*. Penggunaan variabel ini disesuaikan dengan kondisi nyata pada pelaksanaan CSR di PT Pandatex. Berdasarkan pada teori menurut Sen dan Bhattacharya (2001) variable *Non-U.S Operations* lebih sesuai untuk digunakan pada perusahaan-perusahaan di luar negeri, sehingga terjadi penyesuaian dengan kondisi nyata pada PT. Pandatex yang merupakan perusahaan lokal. Penelitian ini mendukung penelitian Habibi (2011) yang menyatakan bahwa variabel *Non-U.S Operations* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.

4. KESIMPULAN

Hasil analisis regresi berganda, didapat kesimpulan bahwa variabel *Community Support*, *Environment* dan *Non Teritorial Operation* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan. Sedangkan dari hasil analisis regresi parsial dapat disimpulkan bahwa variabel *Community Support* dan *Environment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan. Sedangkan variable.

Non Teritorial Operation memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y).

SARAN

Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti judul yang sama, maka peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan dan menggunakan variabel lain seperti product, diversity, karena dari model penelitian yang digunakan, diketahui bahwa variabel penelitian yang digunakan dapat menjelaskan sebesar 37,9%. Sedangkan 62.1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model yang tidak terdeteksi dalam penelitian ini. Dan menambah sampel yang lebih banyak.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan terselesaikannya Artikel Ilmiah ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia (Ristekdikti) yang telah memberikan dana bagi penulis untuk melakukan penelitian.

REFERENSI

- [1] Habibi Dinil. 2011. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Citra (Survey penerima Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Unilever Indonesia bekerjasama dengan LSM SPEKTRA dalam bentuk Gerakan Sikat

- Gigi Pagi Malam di 10 Kecamatan, Kabupaten Ngan
- [2] Oktaviana, I. 2013. Pengaruh Kualitas Program Csr Terhadap Citra
- [3] Sen, Shanker & Bhattacharya, CB. 2011.
- [4] Journal of Marketing Research, 2001, Consumer Reaction to Corporate Social Responsibility.
- [5] Susanto, A.B. 2007. Corporate Social Responsibility. Jakarta: The Jakarta Consulting Group
- [6] Ulum, Bahrul, Zainudin Arifin, dan Dahlan Fanani. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra (Survei Pada Warga Sekitar Pt. Sasa Inti Gending-Probolinggo. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 8 bekerjasama dengan LSM SPeKTRA dalam bentuk Gerakan Sikat Gigi Pagi Malam di 10 Kecamatan, Kabupaten Ngan
- [7] Oktaviana, I. 2013. Pengaruh Kualitas Program Csr Terhadap Citra
- [8] Vegawati, Sylvania Mira, Srikandi Kumadji dan Dahlan Fanani. 2015. Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga Di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 20 No. 1 Maret 2015
- [9] Vinka Pristiano. 2009. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (survey pada Warga Sekitar PT. Bentoel Prima, Karanglo Malang). Malang: Universitas Brawijaya. Wahyudi, Azheri. 2011.
- [10] Yenti, A 2013. Pengaruh penerapan program corporate social responsibility terhadap citra perusahaan PT Semen Padang
- [11] *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan & Implementasi*. Malang: SETARA Press.
- [12] Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [13] Untung, Hendrik Budi. 2014. *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika
- [14] Wibisono, Yusuf. 2010. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho