

## CSR DAN CITRA PERUSAHAAN

Yosa Vega Prasiska

[yosa.vegaprasiskaa@gmail.com](mailto:yosa.vegaprasiskaa@gmail.com)

Bunga Pertiwi

[bungapertiwi1214@yahoo.com](mailto:bungapertiwi1214@yahoo.com)

Yosi Rizky Nabila

Kristin Indah

Dian Safitri

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang

### ABSTRAK

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.

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

### ABSTRACT

*This research aims to know the influence of Corporate Social Responsibility towards the company's image in the community around company PT Pandatex measured variables of the Corporate Social Responsibility of Community Support, Environment and Non teritorial. Operation. It is hoped the information obtained from this research can be used by companies to improve the activities and the quality of Corporate Social Responsibility so that more can improve the corporate image in the future. This research using quantitative methods by conducting a survey of about PT Pandatex. This research data analysis using multiple linear analysis and the conclusion that the gets Community Support and Environment does not have significant influence towards corporate image whereas Non u.s. Operation to the image of the company. As for the details of the value of the variable third as follows: Community Support registration -1,298 Environment of 0.385 and Non teritorial Operation 7,381.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *corporate image*, *Community Support*, *the Environment* and *Non teritorial. Operation*

## 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*.

Pada saat ini cukup banyak perusahaan yang melanggar standar-standar sosial dan lingkungan yang banyak mengakibatkan pencemaran lingkungan sehingga menjadi sasaran publisitas negatif oleh berbagai LSM di bidang HAM, perburuhan serta lingkungan. Contohnya pada hari Selasa 22 Agustus 2000 Pengadilan Negeri Jakarta Selatan menggelar tuntutan WALHI terhadap PTFI. Dalam gugatan yang diajukan, WALHI menyebut PTFI me-

nutup-nutupi informasi mengenai buruknya pengelolaan lingkungan dalam operasi pertambangan mereka di pegunungan Grasberg. Dalam situs MinergyNews.com juru bicara Tim Pengacara WALHI R. Dwiyanto Prihariono (PBHI) mengatakan bahwa PT Freeport memberi informasi yang tidak benar dan tidak akurat atau bahkan menyesatkan publik mengenai terjadinya penurunan kualitas lingkungan akibat dari kegiatan pertambangan yang dilakukan dalam kurun waktu 30 tahun lebih, dan terutama dengan terjadinya insiden maut di Danau Wanagon.

Selain itu baru-baru ini 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. (harian terbit.com)

Salah satu *stakeholder* terpenting bagi perusahaan adalah masyarakat. Masyarakat adalah pihak yang secara tidak langsung ikut merasakan setiap detail 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. 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 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.

## LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Citra Perusahaan

Jefkin menyatakan “Citra adalah suatu kesan yang didapat berdasar pada pengetahuan dan pengertian seseorang mengenai fakta-fakta atau kenyataan (Soemirat dan Ardianto, 2003: 114)”. “Citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka pribadi (Adona, 2006:107)”. “Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Sukatendel dalam Soemirat, 2003: 113)”.

Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan yaitu melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif. “Hal yang bisa dan harus dilakukan oleh perusahaan melalui upaya-upaya humasnya adalah membangun suatu citra yang sebenarnya (Adona, 2006: 108)”.

Sementara itu, survey *Corporate Image Index* tahun 2011 yang dilakukan *Frontier Marketing & Research Consultant*, bekerja sama dengan Majalah *Business Week* terhadap sekitar 120 perusahaan besar di Indonesia, mengukur citra perusahaan berdasarkan empat dimensi yaitu sebagai berikut:

- a) Dimensi *Quality*. Dimensi ini berhubungan dengan kualitas produk atau jasa perusahaan, kemampuannya untuk berinovasi dan seberapa besar tingkat kepercayaan terhadap perusahaan tersebut.
- b) Dimensi *Performance*. Dimensi ini berhubungan dengan kinerja keuangan perusahaan dan kemampuan bisnisnya untuk bertumbuh.

- c) Dimensi *Responsibility*. Dimensi ini berhubungan dengan kepedulian terhadap lingkungan dan tanggung jawab social.
- d) Dimensi *Attractiveness*. Dimensi ini mencakup citra perusahaan yang dibangun oleh karyawannya.

### **Corporate Social Responsibility**

#### a. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Pandangan lain tentang CSR yang lebih komprehensif, disampaikan oleh *Prince of Wales International Business Forum* menurut Supriatno (2007) pelaksanaan CSR menyangkut lima pilar yaitu:

1. *Building human*, menyangkut kemampuan perusahaan untuk memiliki dukungan sumber daya manusia yang andal (internal) dan (eksternal) masyarakat. Perusahaan dituntut melakukan pemberdayaan, biasanya melalui *community development*.
2. *Strengthening economies*, memberdayakan ekonomi komunitas.
3. *Assessing social cohesion*, maksudnya perusahaan menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tak menimbulkan konflik.
4. *Encouraging good governance*, perusahaan dijalankan dalam tata kelola yang baik.
5. *Protecting the environment*, perusahaan harus menjaga kelestarian lingkungan.

#### b. Model *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate Sosial Responbiity* (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*)

### **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 diidentikkan 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 ling

kungan. 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

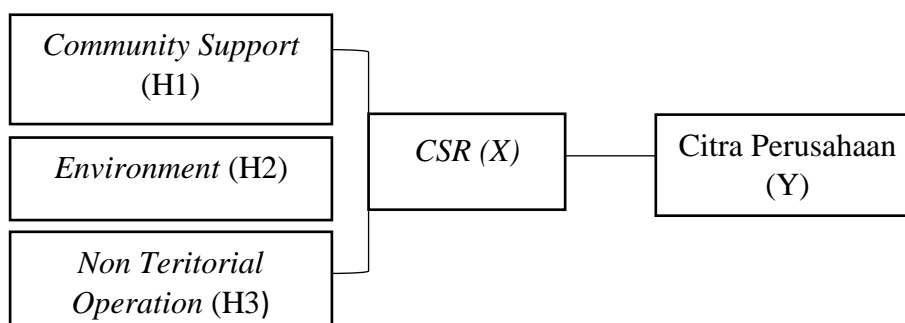
diharapkan memperoleh dukungan dari masyarakat luas dan berdampak positif terhadap citra perusahaan (Untung, 2008: 100).

### Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul	Hasil
1	Anofrida Yenti (2013). Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> 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.
2	Sylviana, dkk (2015). Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada warga di desa Sidodadi Kelurahan Kali rejo Kec Lawang Malang )	Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa <i>variable</i> memiliki pengaruh secara signifikan terhadap citra Perusahaan. Variabel <i>Employee Support</i> merupakan <i>variable</i> yang dominan mempengaruhi Citra perusahaan dengan nilai Beta 0,674 dibanding dengan <i>variable</i> lainnya.
3	Bahrul Ulum, Zainul Arifin , dan Dahlan Fanani (2014) tentang “ Pengaruh CSR TerhadapCitra (Survei pada Warga Sekitar PT. Sasa Inti Gending-Probolinggo)”	Kesimpulan dari penelitian ini bahwasanya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel-variabel <i>corporate social responsibility</i> yang terdiri dari Community Support (X1), Environment (X2) dan Product (X3) terhadap Citra Perusahaan (Y).

### Model Hipotesis dan Hipotesis Penelitian



Gambar 1. Model Hipotesis

**H1** : *Community Support* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan

**H2** : *Environment* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan

**H3** : *Non Teritorial Operation* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan

## METODE PENELITIAN

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* ber kisar 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*. Teknik analisis data dengan analisis regresi linear berganda.

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 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.

**Tabel 2. Nilai Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Unstandardized Koefisien (B)	T hitung	Probabilitas
Citra Perusahaan	Konstanta	2.653	7.410	0.000
	H1	-0.077	-1.298	0.197
	H2	0.027	0.0385	0.701
	H3	0.385	7.381	0.000

Variabel Terikat

R : 0.631

R Square : 0.398

Adjusted R Square : 0.379

F hitung : 21.174

Probabilitas

(Sig) F Hitung : 0.000

Sumber : Data Primer yang diolah 2017

### Hasil Analisis Regresi secara Parsial

Berdasarkan tabel uji t, seperti yang ter gambar pada hasil olahan data statistik, maka dapat dilihat pengaruh antara variabel 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 hipo tesis H1 tidak diterima, yang artinya *community support* tidak berpengaruh terhadap citra per usahaan. 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 t-tabel  $0.385 < 1,66088$  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 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) variabel *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.

## PENUTUP

### Simpulan

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

1. 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.
2. Menambah sampel yang lebih banyak.

### Ucapan Terima Kasih

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.

### DAFTAR PUSTAKA

- 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
- Oktaviana, I. (2013). Pengaruh Kualitas Program Csr Terhadap Citra Perusahaan Di Mata Mitra Binaan Pt. Telekomunikasi

- Sen, Shanker & Bhattachrya, CB. (2011). *Journal of Marketing Research*, 2001, *Consumer Reaction to Corporate Social Responsibility*.
- Susanto, A.B. (2007). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: *The Jakarta Consulting Group*
- 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 No. 1 Februari 2014
- Untung, Hendrik Budi. (2014). *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika
- Vegawati, Silvania 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 Adminis trasi Bisnis* (JAB) Vol. 20 No. 1 Maret 2015
- Vinka Pristiano. (2009). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (survey pada Warga Sekitar PT. Bendoel Prima, Karanglo Malang). Malang: Universitas Brawijaya.
- Wahyudi, Azheri. 2011. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan & Implementasi*. Malang: SETARA Press.
- Wibisono, Yusuf. (2010). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho.
- Yenti, A (2013). Pengaruh penerapan program *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan PT Semen Padang <http://www.walhi.or.id/> (diakses 31 Oktober 2016)
- <http://www.walhi-jogja.or.id/> (diakses 31 Oktober 2016)
- <http://jembataniga.com/2015/01/mengukur-citra-dan-reputasiperusahaan/> (diakses 2 November 2016)