

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN PERKEBUNAN
(Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PTPN V di Kecamatan Lubuk
Dalam, Kabupaten Siak Sri Indrapura)**

Oleh: Riski Wandu

E-mail: riskiwandy4@gmail.com

Supervisor : Dr. H. Meyzi Heriyanto, S.Sos, M.Si

Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

Jl. H.R Sobrantas Km. 12,5 Simpang Baru – Panam, Pekanbaru Riau

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility to the image of plantation companies (survey on the recipient community of PTPN V csr program in Kecamatan Lubuk Dalam, Kabupaten Siak Sri Indrapura). Corporate social responsibility as a variable (X) and corporate image as a variable (Y).

The method in this research is quantitative with SPSS program, where the sample used is Kecamatan Lubuk Dalam that is as much as 99 respondents. In accordance with opinion (Roscoe, 2009) that the appropriate size in the study is 30 to 500. That number can already represent the population. Technique of collecting data through questionnaire.

The result of this research concludes that Corporate Social Responsibility variable has a significant effect on Company Image PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Corporate Image.*

PENDAHULUAN

Perusahaan yang melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap citra yang dimiliki perusahaan. Dengan program CSR yang tepat, tentu harapan yang diinginkan tersebut akan tercapai. Citra yang dimiliki perusahaan menjadi salah satu pilar bagi perusahaan yang sadar akan pentingnya *sustainability* dibandingkan hanya berorientasikan terhadap *profitability*.

Dalam undang-undang tentang perseroan terbatas, **UU PT No.40 Tahun 2007** menguatkan tentang keberadaan CSR. Disebutkan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggungjawab social dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1-4).

Pelaksanaan program CSR merupakan upaya untuk menyelaraskan strategi bisnis perusahaan dengan program-program berkesinambungan yang mengacu pada kebutuhan masyarakat. Pelaksanaan CSR tersebut dilakukan dengan memperhatikan tujuan pembangunan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan saat ini, tanpa mengabaikan hak generasi mendatang.

Pelaksanaan CSR akhirnya bertujuan untuk membangun dan menjaga pendapat masyarakat agar selalu positif tentang perusahaan. Seperti pernyataan dari **Frank Jeffkins (1998)**, Citra perusahaan (*corporate image*) berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif. Lebih dikenal

serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, sampai berkaitan pada tanggungjawab sosial.

Salah satu keuntungan dari CSR adalah meningkatnya citra positif perusahaan. Karena apabila perusahaan melakukan kegiatan yang positif dan bermanfaat bagi banyak pihak, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan feed back yang positif pula. Oleh sebab itu, perusahaan melakukan program CSR untuk membangun citra positif baik di media massa maupun di mata masyarakat luas.

Di kawasan Provinsi Riau, banyak terdapat industri besar dari berbagai macam sektor. Salah satunya adalah sektor perkebunan kelapa sawit. Sektor ini sudah merupakan komoditi yang ada di kawasan ini. Dimana terdapat berbagai perusahaan yang memanfaatkan lahan untuk dijadikan lahan perkebunan serta mendirikan pabrik-pabrik di kawasan tersebut.

Sutojo dalam Rahman (2016) mengemukakan bahwa terbentuknya citra positif akibat pelaksanaan CSR oleh suatu perusahaan akan membawa dampak pada keberhasilan kegiatan bisnis dan pemasaran perusahaan. Dalam jangka panjang, pencitraan positif ini akan membawa banyak manfaat bagi perusahaan pelaku CSR, baik pada saat perusahaan sedang mengalami masa jaya maupun pada masa kritis.

PTP Nusantara V adalah BUMN yang bergerak dibidang perkebunan kelapa sawit dan karet di Provinsi Riau. PTPN V

ini terbagi dalam beberapa unit kebun yang tersebar di beberapa kabupaten. PTPN V ini juga merupakan perusahaan perkebunan kelapa sawit dan karet yang memiliki luas kebun terbesar di Provinsi Riau. PTPN V terbagi atas 20 unit kerja yang tersebar di Kabupaten yang ada di Riau. Salah satunya adalah PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam dimana unit kerja ini menjadi salah satu Strategic Business Unit (SBU) bagi PTPN V yang terletak di Desa Lubuk Dalam, Kabupaten Siak Sri Indrapura yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Kebun Lubuk Dalam memiliki Hak Guna Usaha seluas 7.168,45 Ha sesuai Sertifikat HGU No. 1 tanggal 16 Januari 1996 dengan masa HGU selama 35 tahun (berakhir pada tahun 2031), dengan komoditi usaha tanaman Kelapa Sawit. Dengan luas HGU tersebut tentunya PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam banyak berbatasan langsung dengan masyarakat sekitar. Dan hal ini juga akan menimbulkan dampak langsung maupun tidak langsung terhadap masyarakat.

Dalam proses penyelenggaraan perusahaan, dengan luas kebun mencapai lebih kurang 7.168,45 Ha. Tentunya akan menciptakan berbagai masalah yang kompleks didalam perusahaan dengan masyarakat yang berbatasan langsung dengan kebun PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam. Hal ini harus diantisipasi dengan baik oleh perusahaan dengan program CSR yang bisa menciptakan pengaruh yang baik dimata masyarakat.

PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam terletak di Kecamatan Lubuk Dalam Kabupaten Siak Sri Indrapura. Dimana di

Kecamatan ini terdapat 7 desa yakni Desa Lubuk Dalam, Desa Rawang Kao, Desa Sri Gading, Desa Sialang Baru, Desa Sialang Palas, Desa Empang Baru, dan Desa Rawang Kao Barat. Dengan kata lain PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam akan memberikan pengaruh terhadap wilayah tersebut akibat dari proses operasional perusahaan.

Juga tidak dapat dipungkiri terdapat beberapa masalah yang terjadi di PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam. Seperti peneliti dapatkan dari pihak perusahaan bahwa adanya tuntutan masyarakat Desa Pangkalan Pisang terhadap PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam terhadap lahan di areal afdeling III.

Untuk menjaga citra positifnya perusahaan melakukan program CSR yang dinilai tepat untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kondisi masyarakat maupun lingkungan sekitarnya.

Sebagai bentuk wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar sekaligus membantu pemerintah dalam memerangi kemiskinan, mengurangi kesenjangan sosial, serta mengatasi masalah-masalah bencana alam yang sering dikaitkan dengan PTPN V Unit Lubuk Dalam sejak tahun 2010 hingga sekarang PTPN V sudah melaksanakan program CSR, dimana program CSR tersebut dibagi menjadi 2 bentuk program CSR yaitu Program Bina Lingkungan (*Community Development*) dan Program Kemitraan. Program ini memiliki beberapa program CSR yang telah diimplementasikan dan membantu masyarakat yang berada disekitar PTPN V

Unit Lubuk Dalam. Diantaranya yang terdiri dari berbagai kesejahteraan masyarakat, sosial dan kerohanian, pendidikan, bidang kesehatan.

Sasaran penerapan program CSR yang dilaksanakan PTPN V Unit Lubuk Dalam adalah masyarakat sekitar dan masyarakat umum. Penerapan program CSR ini disesuaikan dengan anggaran yang diberikan oleh kantor pusat PTPN V di Pekanbaru.

Program CSR yang akan dilaksanakan terlebih dahulu diajukan oleh Unit Kebun Lubuk Dalam kepada Kantor Pusat PTPN V. dengan persetujuan dari kantor pusat, maka turunlah dana untuk realisasi dari program CSR yang ada di PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam.

Alasan inilah yang menjadi alasan peneliti memilih PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam untuk diteliti. Karena PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam merupakan usaha yang bergerak dibidang perkebunan yang unggul, tangguh, dan mampu bersaing. Sebagai wujud kepedulian terhadap kondisi sosial masyarakat, melalui suatu kegiatan pemberdayaan yang mendorong partisipasi masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan kemandirian masyarakat. Agar hubungan masyarakat dan perusahaan terjalin baik maka PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam harus memiliki program CSR yang tepat sehingga dapat meringankan beban masyarakat. Dengan cara itu, maka tertanamlah persepsi yang baik di benak masyarakat tentang perusahaan tersebut.

Seperti menurut survey yang dilakukan oleh *Envionics International (Toronto)*, *Conference Board (New York)* dan *Prince of Wales Business Leader Forum (London)* dalam Saputri (2010), bahwa 60% dari 25.000 responden di 23 negara berpendapat bahwa tanggung jawab social perusahaan merupakan salah satu faktor pembentuk citra baik perusahaan. Lebih lanjut, responden selaku konsumen perusahaan bersikap terhadap perusahaan yang tidak menjalankan CSR adalah ingin “menghukum” (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility atau tanggungjawab sosial perusahaan menurut Wibisono (2007) adalah bentuk tanggungjawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Citra Perusahaan

Kotler (2000) mengungkapkan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Citra berkaitan erat dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu terhadap suatu perusahaan.

RUMUSAN MASALAH

Penerapan program *corporate social responsibility* merupakan bentuk suatu tanggungjawab yang dilakukan perusahaan untuk memperbaiki masalah-masalah social dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan, semakin banyak pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan maka *image* perusahaan akan semakin baik dimata masyarakat. Dengan demikian maka citra perusahaan akan semakin baik, dan investor akan lebih berminat pada perusahaan yang citranya baik.

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusah masalah dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana Pengaruh Penerapan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PTPN V di Kecamatan Lubuk Dalam, Kabupaten Siak Sri Indrapura)?”**

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan pada latar belakang, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- Menganalisis penerapan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam.
- Menganalisis citra perusahaan pada PTPN V Kebun Unit Lubuk Dalam.
- Menganalisis pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap citra perusahaan PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan yang berbatasan langsung dengan PTPN V Kebun Lubuk Dalam Kabupaten Siak Sri Indrapura tepatnya di Kecamatan Lubuk Dalam.

Populasi dan sampel

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2012), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Populasi merupakan kumpulan individu atau objek peneliti yang memiliki kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat sekitar PTPN V Kebun Lubuk Dalam Kabupaten Siak Sri Indrapura yang tercatat jumlah penduduk yang dihimpun dari hasil rekapitulasi jumlah penduduk Kecamatan Lubuk Dalam 17.361 jiwa di Kecamatan Lubuk Dalam pada tahun 2016. Dengan jumlah penduduk tiap-tiap desa sebagai berikut:

- Desa Lubuk Dalam : 4010 jiwa
- Desa Rawang Kao : 1753 jiwa
- Desa Sri Gading : 2491 jiwa
- Desa Sialang Baru : 3458 jiwa
- Desa Sialang Palas : 1959 jiwa
- Desa Empang Baru : 2128 jiwa
- Desa Rawang Kao Barat : 1562 jiwa

b. Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian atau wakil yang akan di teliti. Jumlah

sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin(Umar, 2008). Maka dari perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel adalah sebanyak 99 orang. Menurut Guilford dalam Alimunir (2003) menyebutkan persyaratan minimal untuk sample adalah 30 responden, namun semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat. Maka pada penelitian ini menetapkan jumlah sampel telah dihitung dengan rumus sebanyak 99 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data diperoleh penulis dari berbagai penelitian, yaitu sebagai berikut :

a. Kuesioner

Sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden yang laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui. Bagian pertama berisi data responden yang merupakan gambaran umum responden secara demografis, dan bagian kedua berisi daftar pertanyaan yang mewakili variabel-variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan

Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) Terhadap Citra Perusahaan (Y)

Tabel III.17
Hasil Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.089	2.526		5.974	.000
Corporate Social Responsibility	.836	.081	.725	10.376	.000

a. Dependent Variable: CitraPerusahaan

$$Y = 15,089a + 0,836x$$

Artinya:

1. Nilai konstanta (a) adalah 15,089 ini dapat diartikan jika corporate social responsibility nilainya 0, Maka citra perusahaan bernilai 15,089
2. Nilai koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* bernilai positif, yaitu 0,836, ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan *corporate social responsibility* sebesar 1 satuan, maka akan menaikkan citra perusahaan sebesar 0,836.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independendalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Tabel III.18
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.725 ^a	.526	.521	4.831	1.375

a. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*

b. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Diketahui R Square merupakan koefisien determinasi. Dan diperoleh nilai R Square sebesar 0,526. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 52,6%. Sedangkan sisanya 47,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Uji t (Parsial)

Tabel III.19
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	15.089	2.526		5.974	.000

<i>Corporate Social Responsibility</i>	.836	.081	.725	10.376	.000
--	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Diketahui nilai t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% (2-tailed) dengan Persamaan berikut:

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= n - 2: \alpha / 2 \\
 &= 99 - 2: 0,05 / 2 \\
 &= 97 : 0,025 \\
 &= 1,984
 \end{aligned}$$

Dengan demikian diketahui t hitung (10,376) > t tabel (1,984) dan Sig.(0,000) < 0,05. Artinya variable *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan responden disekitar PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam pelaksanaan program CSR sudah dinilai baik walaupun masih terdapat kekurangan dan belum sesuai dengan harapan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari dimensi *people* (masyarakat) dan *planet* (lingkungan) yang mayoritas dinilai baik. Sementara itu dimensi profit (keuntungan) dinilai masih kurang baik dibandingkan dengan dimensi yang lainnya. Sehingga dengan pelaksanaan program CSR yang baik ini juga masih terdapat kekurangan yang

harus ditingkatkan lebih baik oleh PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam.

2. Berdasarkan tanggapan responden disekitar PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam citra yang dimiliki perusahaan sudah dinilai baik. Hal ini dapat dilihat dari dimensi *personality* (kepribadian), *reputation* (reputasi), *value* (nilai) dan *corporate identity* (identitas perusahaan) mayoritas dinilai baik oleh responden. Citra perusahaan yang baik ini harus dipertahankan bahkan ditingkatkan oleh perusahaan karena masih terdapat responden yang member tanggapan tidak baik terhadap citra perusahaan.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan program CSR yang meliputi 3 dimensi yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan) yang masing-masing memiliki indikator yang berkaitan dan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam.

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti dapat memberikan saran sebagai masukan kepada PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam sebagai berikut:

1. Untuk pelaksanaan program CSR, PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam perlu lebih memperhatikan dimensi profit. Karena dimensi ini memperoleh skor terendah dibandingkan dimensi CSR yang lain. Pelaksanaan program CSR yang efektif, efisien dan fleksibel harus ditingkatkan. Namun perusahaan juga tidak boleh mengesampingkan dimensi yang sudah baik agar pelaksanaan program CSR dapat dinilai baik disemua dimensi. Masyarakat Lubuk Dalam akan terkena dampak pertama akibat aktivitas perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan perlu lebih memperhatikan kondisi masyarakat

sekitar guna meningkatkan persepsi baik masyarakat yang akan membantu menjaga keberlangsungan perusahaan.

2. Untuk citra perusahaan, PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam perlu lebih memperhatikan dimensi *value* (nilai) dan *reputation* (reputasi) karena memiliki skor terendah secara berurutan. Hal ini perlu dilakukan agar citra perusahaan dapat meningkat lebih baik dimata masyarakat. Permasalahan yang terjadi akibat aktivitas perusahaan harus menjadi prioritas untuk diselesaikan perusahaan. Semakin baik pelaksanaan program CSR PTPN V Unit Kebun Lubuk Dalam, maka akan semakin baik pula citra perusahaan yang dimiliki.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang sejenis dengan memvariasikan variabel dan juga objek penelitian yang berbeda agar mengetahui pengaruh setiap variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Frank Jeffkins. 1998. *Public Relations* (Jakarta: Erlangga). Hal 11 / Putri Fitriani. Pengaruh kegiatan CSR terhadap Citra perusahaan. FISIP UI Hal 3 2012
- Rahman, Abdul. 2016. **Pengaruh Penerapan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Arara Abadi Pada Masyarakat Perawang Kec. Tualang Kab. Siak.** *Jurnal*. Universitas Riau
- Saputri, Nurmaya. 2010. **Analisis Program *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pembentuk Citra Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT *Fast Food* Indonesia di Kota Semarang.** *Jurnal*. Universitas diponegoro

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho.

Kotler, Philip. (2000). “*Marketing Management (The Mellenium Edition)*”. New Jersey: Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi Kedua. Jakarta. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.