

**ANALISIS PENGARUH CSR (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*)
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT. Adaro Indonesia di Kalimantan Selatan)**

**Bayu Bajra
Zainul Arifin**

Sunarti
Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya
Malang
E-mail: Bajra_b@ymail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility to the company's image in the community and stakeholders. The independent variable in this study is a support to the community and Environment, with the related variables is the image of Company. This type of research is descriptive research with quantitative approach. Analysis of the data used is multiple linear regression statistical analysis using SPSS 21.0. The coefficient of determination of 0.514, which means that 51.4% Corporate Image variable will be influenced by the independent variables, is support to the community and Environment. While the remaining 48.6% Corporate Image variable will be influenced by other variables that are not addressed in this study. Simultaneous test results (test F), showed that support for communities and the environment simultaneously affect the company's image. While the partial test (t test) showed that the independent variable first public support to significantly affect the related variables, it also occurs in both is free of environmental variables that influence significantly to the company's image.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), company image*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peneruh dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap citra atau gambaran perusahaan dimasyarakat dan di stakeholder. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan, dengan variabel terikat yaitu Citra Perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisa data yang digunakan adalah analisis statistik regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.0. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,514 yang berarti bahwa 51,4% variabel Citra Perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan. Sedangkan sisanya 48,6% variabel Citra Perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil uji simultan (uji F), menunjukkan bahwa dukungan kepada masyarakat dan lingkungan secara simultan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Sedangkan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel bebas yang pertama dukungan kepada masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, hal ini juga terjadi pada variabel bebas kedua yaitu lingkungan yang berpengaruh terhadap secara signifikan terhadap citra perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), citra perusahaan*

PENDAHULUAN

Penerapan tanggung jawab social saat ini berkembang dengan pesat, sebagai imbas baik dari tanggung jawab social yang akan menjadikan keberlangsungan (*sustainability*) dari perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan sudah menjadi kewajiban utama perusahaan, hal tersebut sudah menjadi strategi pencapaian citra perusahaan. Meskipun memiliki manfaat untuk kesejahteraan pembangunan, namun pada kenyataannya hampir pasti membawa dampak negatif bagi lingkungan masyarakat. Beberapa kasus seperti penggundulan hutan, pencemaran, radiasi, serta munculnya penyakit mematikan dari bahan kimia dari industri adalah sederetan *excess negative externalities industrialisasi* (Hadi, 2011; 5) *Corporate Social Responsibility* dapat dipahami sebagai komitmen usaha bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas local dan komunitas secara lebih luas (Matten, 2003).

CSR menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi (menciptakan profit demi kelangsungan perusahaan) melainkan juga tanggung jawab social dan lingkungan. Dasar pemikiran CSR (SWA, 2005) adalah bahwa “menggantungkn semata-mata pada kesehatan finansial tidak menjadimin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*)” Dunia perusahaan semakin menyadari bahwa perusahaan tidak lagi diharapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja, namun juga harus memperhatikan aspek social dan lingkungannya. Dunia usaha bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan keuntungan demi kelangsungan usahanya, melainkan juga tanggung jawab social dan lingkungan. Fakta telah menunjukkan bagaimana resistensi masyarakat sekitar muncul permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan faktor sosial dan lingkungan (Wibisono, 2007).

Filosofi bisnis yang dibangun sejak awal adalah pihak korporasi merupakan bagain yang tidak terpisah dari masyarakat sekitar, serta begitu juga sebaliknya. Menghadapi fakta tersebut, perusahaan mulai melihat serius pengaruh dimensi sosial dan lingkungan pada setiap aktivitas bisnisnya, karena aspek-aspek tersebut bukan suatu pilihan yang terpisah, melainkan berjalan beriringan untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan. Sehingga seharusnya kegiatan CSR

tersebut harus dimulai dengan membangun hubungan yang harmonis dan selaras antara perusahaan dan masyarakat yang terkena dampak dari operasional perusahaan agar dapat meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan. Peningkatan nilai tambah tersebut tidak hanya dalam bidang ekonomi, tetapi juga bidang social dan lingkungan.

Gruvy (2005) mengklasifikasikan area praktik CSR meliputi 3 area, yaitu : di tempat kerja, di komunitas dan terhadap lingkungan. Sementara itu, ada 3 tiga cara pandangan mengenai penerapan CSR, yaitu pertama, sebagai strategi perusahaan yang pada akhirnya akan mendatangkan keuntungan, kedua, sebagai kewajiban karena nantinya ada hukum yang memaksa penerapannya, dan ketiga, adalah melakukan *beyond compliance* (melebihi kewajibannya, karena perusahaan merasa menjadi bagian dari komunitas).

CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74. Secara lengkap Undang-undang ini berbunyi : ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, ayat (2) tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, ayat (3) perseroan yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana maksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan ayat (4) ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan ini berujuan untuk tetap menciptakan hubungan Perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Yang di maksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, dengan itu perusahaan akan mendapatkan lebih banyak tuntutan tanggung jawab sosial di masa mendatang. Dalam penelitian yang di tulis oleh Vamos dan Power (1990) dalam *Business Week* Edisi 23 April 1990 bahwa strategi dari perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial tidak dapat dihindari lagi di masa mendatang. Dalam penelitian tersebut di simpulkan bahwa mayoritas dari para eksekutif perusahaan perlu untuk lebih

terlibat dalam tanggung jawab sosial, seperti keterlibatan dalam sector pendidikan, pemeliharaan lingkungan dan masyarakat dan lain-lain (Sule dan Sarfullah, 2010; 82).

Perusahaan diharapkan tidak hanya mengutamakan *profit* (aspek ekonomi) saja, melainkan aspek sosial dan lingkungan yang menjadi *triple bottom line* kewajiban bisnis perusahaan atas CSR. Jika masyarakat mendapatkan dampak positif dari pelaksanaan CSR perusahaan, berarti pelaksanaan CSR tepat sasaran. Selain itu berarti bahwa perusahaan dapat memenuhi kewajiban bisnis dalam hal CSR yang aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Pemenuhan kewajiban CSR oleh perusahaan tersebut berarti dapat meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan akan sukses apabila perusahaan mencermati persaingan antara usaha mencari keuntungan dengan kepentingan public atau tanggung jawab sosial bagi masyarakat. Persaingan tersebut menciptakan yang disebut *the sweet spot*. *The sweet spot* merupakan suatu wilayah yang baik dimana adanya imbas baik dari dua belah pihak dan saling menguntungkan antara *stakeholder* dengan perusahaan. Dengan itu, perusahaan harus berhasil mengelolah kepentingan dalam area *the sweet spot* dengan harap imbas sangat positif yang baik di mata masyarakat (Savits dalam Soemanto dkk, 2007; 17).

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dijadikan sebagai jalan tengah untuk tetap melanjutkan berdirinya perusahaan dengan keberadaan manfaat akan berdampak membaik dalam dampak negatif yang dihasilkan oleh perusahaan. Tujuan ini tidak akan tercapai tanpa adanya kerja sama antar perusahaan, masyarakat dan pemerintah, sebab perusahaan adalah organisasi yang akan melakukan tanggung jawab sosial bagi lingkungan dan masyarakat sekitarnya, masyarakat merupakan tujuan utama di jalankan adanya tanggung jawab sosial, pemerintah adalah sebagai regulator. Sebagai contoh perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang kita sering dengan yaitu PT. Djarum dengan program tanggung jawab sosialnya Beswan Djarum.

PT. Adaro Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. PT. Adaro Indonesia bergerak dalam bidang eksplorasi tambang batu bara, yang merupakan tambang terbesar di Kalimantan selatan. PT. Adaro Indonesia berlokasi di Tenggarong, Dahai, Kalimantan Selatan. Sesuai dengan visi misi perusahaan, perusahaan

berkomitmen untuk terus berupaya menjadi perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial bagi masyarakat sekitarnya. Dengan masih memprioritaskan kegiatan pada bidang sumber daya manusianya, PT. Adaro Indonesia mengutamakan menggunakan masyarakat sekitar untuk di pekerjakan di perusahaan, dengan tujuan tanggung jawab perusahaan untuk mensejahterahkan masyarakat sekitar bias terlaksana.

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh variabel-variabel dalam CSR (*Corporate Social Responsibility*) yaitu Dukungan kepada masyarakat, lingkungan dan bagaimana terhadap citra perusahaan?
2. Variabel Tanggung Jawab Sosial perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Citra perusahaan?

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan masalah penelitian yaitu:

1. Mengatahui dan menjelaskan pengaruh variabel-variabel dalam tanggung jawab sosial perusahaan/ *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu dukungan kepada masyarakat, lingkungan dan secara parsial terhadap Citra perusahaan.
2. Mengetahui dan menjelaskan variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/ *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Citra Perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/ *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan di definisikan oleh beberapa instuti atau para ahli. Dengan itu, tanggung jawab perusahaan merupakan bagian dari obligasi dan diperhatikan sebagai bagian dari permasalahan sosial dan lingkungan dimana perusahaan beroperasi Waddock, *et.al* (2012:4): “Tanggung jawab perusahaan merupakan kompensasi dari kehidupan untuk membuat dan melancarkan visi dan misi perusahaan dengan batasan sosial dalam beroperasi, menghargai lingkungan sekitar dan tidak membuat para pemegang kepentingan berpikir bahwa berimbas negative, atau berdampak dalam internal ataupun eksternal.”

Menurut Chapra dalam Hadi (2011; 6) “tanggung jawab sosial perusahaan merupakan pelebaran tanggung jawab sosial perusahaan sampai lingkungan, baik secara fisik maupun

praktis. Hal itu dijadikan sebagai investasi pada sektor ramah lingkungan, menjaga keseimbangan eksploitasi, pengelolaan limbah, menaikkan pengeluaran-pengeluaran sosial (biaya sosial) serta cara lainnya, guna menjaga keseimbangan lingkungan sekitarnya.”

Dukungan Kepada Masyarakat

Menurut Gottlieb (2006: 3), dukungan kepada masyarakat merupakan proses membangun hubungan dengan komunitas dan anggota yang berada dan mau berkerja bersebelahan oleh perusahaan, maupun sebagai rekan kerjan atau kontraktor perusahaan ataupun sebagai masyarakat dilingkungan perusahaan. Hal ini berdampak pada membangun dukungan kepada masyarakat yang lebih baik dilingkungan sekitar perusahaan. Dengan kata lain dukungan masyarakat harusnya berhubungan dengan tujuan perusahaan. Dengan kata lain menurut Send dan Bhattacharya (2001: 226) dukungan masyarakat mencangkupi adanya dukungan yang dikehendaki perusahaan.

Lingkungan

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan :

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
- b. TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajibannya dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Alasan Perusahaan Melakukan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan kunci dari berdirinya perusahaan tersebut. Dalam kajian ini dikatakan oleh Harap, Sofyan, Safri dalam Hadi (2011; 9) mengatakan bahwa berbagai dasarnya perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu :

- a. Keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat dalam memenuhi panggilan bahwa dirinya memiliki kepekaan terhadap masalah sosial di tengah masyarakat.
- b. Meningkatkan nama baik perusahaan (Citra Perusahaan), simpati masyarakat, karyawan dan investor, sehingga berharap *Feed Back* secara ekonomi.
- c. Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat.
- d. Meningkatkan respon positif, norma dan nilai masyarakat.
- e. Sesuai dengan kehendak investor.
- f. Membantu program pemerintah seperti konsevasi, pelestarian budaya, peningkatan pendidikan, lapangan kerja dan lain sebagainya.

Citra Perusahaan

Saat ini sudah banyak perusahaan yang mengutamakan citra sebagai daya tarik perusahaan untuk menarik investor dan imbas positif bagi masyarakat sekitar. Hal tersebut dilakukan dengan melepaskan diri terhadap suatu kesan negatif. Dengan kata lain citra perusahaan adalah komuditi yang sangat rapuh, namun kebanyakan perusahaan sudah memperbaiki sikap yang negatif bagi perusahaannya demi kelanjutan jangka panjang (Seitel dalam Soemirat dan Aedianto 2003:111).

Menurut Bill Canton dalam Sukadel dalam Soemirat (2003: 111) mengatakan bahwa citra adalah “*Image the Impression the Feeling, the Conception of an objek, person or Organisation*” (citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi). Menurut Sukatendel dalam Soemirat (2003: 111) , citra merupakan cara yang disengaja oleh perusahaan demi gambaran positif masyarakat terhadap perusahaan dan merupakan asset terpenting bagi citra perusahaan jangka panjang. Menurut Kotler (1995: 361) citra adalah gambar umum masyarakat terhadap perusahaan.

Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto (2003: 114) dalam bukunya *Public Relation Techique* , yang berisi citra merupakan kesan individu terhadap apa yang di amati dengan pengetahuan dan pengalaman selama pengamatan. Dalam buku

Essential Of Public Relation yang mengatakan bahwa citra merupakan kesan yang di dasari oleh pengetahuan dan pengertian tetnyang fakta-fakta dan kenyataan yang diamatinya.

Hipotesis

1. Terdapat pengaruh secara Simultan dari variabel dukungan kepada masyarakat (*Community Support*), dan Lingkungan (*Enviroment*) Terhadap Citra perusahaan
2. Terdapat pengaruh secara parsial dari variabel dukungan kepada masyarakat (*Community Support*), dan Lingkungan (*Enviroment*) Terhadap Citra perusahaan

METODELOGI

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang kaitan antara penjelasan suatu hubungan dan pengukuran variabel-variabel untuk membuktikan hipotesis penelitian. Pendekatan kuantitatif menekankan secara khusus dalam mengukur variabel-variabel dan pembuktian hipotesis yang berkaitan dengan penjelasan suatu hubungan. Didalam penjelasan, penelitian tentang pengaruh Tanggung Jawab Sosial perusahaan di PT. Adaro Indonesia terhadap citra perusahaan berkesinambungan.

Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady dalam Sugiyono (2009: 58), variabel didefinisikan sebagai atribut penelitian atau obyek yang mempunyai variasi antar obyek yang berbeda. variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah :

a. Variabel Bebas

Varibel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *Dependent* (terkait) (Sugiyono, 2009: 59), dalam penelitian ini varibel adalah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, yang terdiri dari :

1) Dukungan Kepada Masyarakat (*Community Support*)

Adalah komitmen dari perusahaan untuk ikut serta dalam perubahan kemajuan masyarakat, indikatornya adalah

- a) Dukungan terhadap pendidikan
- b) Dukungan terhadap kesehatan
- c) Dukungan terhadap kesenian dan budaya
- d) Pengembangan dan bantuan sarana dan prasana bagi warga sekitar

2) Lingkungan (*Enviroment*)

Adalah keperdulian terhadap lingkungan untuk menjaga dan memperhatikan kelestarian lingkungan, indikatornya adalah:

- a) Menciptakan lingkungan yang sehat
- b) Pengelolaan sampah
- c) Pengendalian polusi yang baik
- d) Pelaksanaan program dalam pengelolaan dan pelestarian lingkungan.

b. Variabel terkait

Variabel terkait merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010: 59). Variabel terkait yang digunakan dalam penelitian ini adalah Citra perusahaan. Indikatornya adalah citra atau opini perusahaan dimata masyarakat, yang terdiri dari :

- 1) Dukungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan
- 2) Hubungan sosial yang baik antara perusahaan dengan masyarakat
- 3) Toleransi perusahaan terhadap masyarakat dalam pelaksanaan aktifitas perusahaan
- 4) Pelaksanaan aktifitas perusahaan tidak mengganggu warga

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dan terdaftar yang dalam penerimaan tanggung jawab perusahaan pada tahun 2013 dalam segi kesehatan berjumlah 47.823 jiwa dan 1463 kepala keluarga, dalam segi lingkungan berjumlah 39 kelompok pembinaan. Para penerima tersebut berlokasi di sekitar perusahaan yaitu di Kab. tabalong dan Kab. Balangan yang berdekatan dengan PT. Adaro Indonesia yang berada di Hauling Road KM73 Wara Kecamatan Tanta, Kab. Tabalong Kalimantan Selatan, Indonesia dimana perusahaan beroperasi.

Berdasarkan rumus Slovin, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Jumlah responden yang didapat, diperoleh penelitian secara acak.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi Linier berganda dengan data yang dikumpulkan dari kegiatan survey. Analisis yang digunakan yaitu SPSS (*Statistical Package of Social Science*) perangkat lunak yang digunakan untuk mengukur penelitian ini. Regresi linier berganda merupakan alat ukur untuk mengetahui peubah bebas terhadap peubah secara serempak.

Dari pengertian tersebut, maka koefisien regresi linier berganda menurut Nazir (2003: 363) dapat dihitung berdasarkan formula:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

- Y = Variabel terkait
- X₁, X₂ = Variabel Bebas
- a = Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan terhadap variabel terikat yaitu Citra Perusahaan.

1. Persamaan Regresi

Tabel 1
Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.943	1.526		.618	.538
	X1	.381	.101	.351	3.788	.000
	X2	.524	.107	.454	4.889	.000

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows ver 21.0* didapat model regresi seperti pada Tabel 1 :

Berdasarkan pada Tabel 1 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,943 + 0,381 X_1 + 0,524 X_2$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Citra Perusahaan akan meningkat untuk setiap nilai (Dukungan kepada masyarakat). Jadi apabila Dukungan kepada masyarakat mengalami peningkatan, maka Citra Perusahaan akan meningkat sebesar 0,381 dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- b. Citra Perusahaan akan meningkat untuk setiap tambahan (Lingkungan), Jadi apabila Lingkungan mengalami peningkatan, maka Citra Perusahaan akan meningkat sebesar 0,524 dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain Dukungan kepada masyarakat sebesar 0,381, Lingkungan sebesar 0,524. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan berpengaruh positif terhadap Citra

Perusahaan. Dengan kata lain, apabila bahwa Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan meningkat maka akan diikuti peningkatan Citra Perusahaan.

2. Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan) terhadap variabel terikat (Citra Perusahaan) digunakan nilai R², nilai R² seperti dalam Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2
Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.717	.514	.503

Sumber : Data primer diolah.

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 2 diperoleh hasil R² (koefisien determinasi) sebesar 0,514. Artinya bahwa 51,4% variabel Citra Perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan. Sedangkan sisanya 48,6% variabel Citra Perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan dengan variabel Citra Perusahaan, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.717, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan dengan Citra Perusahaan termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8. Hubungan antara variabel bebas yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan dengan Citra Perusahaan bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka Citra Perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian, setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

- a. Hipotesis I (F test / Serempak)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga tepat/sesuai atau tidak. Jika hasilnya signifikan, maka H_0 ditolak. Sedangkan jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima. Hal ini dapat juga dikatakan sebagai berikut :

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > Sig \alpha(0,05)$

H_0 diterima jika $F_{hitung} < Sig \alpha(0,05)$

Tabel 3
Uji F/Serempak

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.710	2	108.355	44.986	.000 ^a
	Residual	204.734	85	2.409		
	Total	421.443	87			

a. Predictors : (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan Tabel 3 nilai signifikansi F (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Citra Perusahaan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan).

b. Hipotesis II (t test / Parsial)

t test digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dapat juga dikatakan jika t hitung $> t$ tabel atau -t hitung $< -t$ tabel maka hasilnya signifikan $> Sig \alpha(0,05)$ berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4
Hasil Uji t / Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.943	1.526		.618	.538
	X1	.381	.101	.351	3.788	.000
	X2	.524	.107	.454	4.889	.000

Sumber: Data primer diolah.

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh hasil sebagai berikut :

1) t test antara (Dukungan kepada masyarakat) dengan (Citra Perusahaan) menunjukkan nilai signifikansi t (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh (Dukungan kepada masyarakat) terhadap Citra Perusahaan adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Dukungan kepada masyarakat atau dengan meningkatkan

Dukungan kepada masyarakat maka Citra Perusahaan akan mengalami peningkatan secara nyata.

2) t test antara (Lingkungan) dengan (Citra Perusahaan) menunjukkan nilai signifikansi t (0,000) $< \alpha = 0.05$ maka pengaruh (Lingkungan) terhadap Citra Perusahaan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Lingkungan atau dengan meningkatkan Lingkungan maka Citra Perusahaan akan mengalami peningkatan secara nyata.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan secara simultan dan parsial. Dan dari sini dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap Citra Perusahaan adalah Lingkungan karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar.

Pembahasan

1. Pengaruh Dukungan kepada masyarakat terhadap Citra Perusahaan

Dalam variabel Dukungan kepada masyarakat yang berkaitan dengan Citra perusahaan, dapat dilihat dalam tabel 4.3 yang menyatakan bahwa koefisien dengan persamaan regresi sebesar 0,381 dengan hasil jika probabilitas lebih dari $< 0,05$ dengan pernyataan valid. Dengan itu dengan persamaan regresi 0,381 maka pernyataan tersebut dinyatakan bahwa adanya adanya dampak dari dukungan kepada masyarakat terhadap Citra perusahaan.

Menurut Gottlieb (2006: 3), dukungan kepada masyarakat merupakan proses membangun hubungan dengan komunitas dan anggota yang berada dan mau berkerja bersebelahan oleh perusahaan, maupun sebagai rekan kerjan atau kontraktor perusahaan ataupun sebagai masyarakat dilingkungan perusahaan. Hal tersebut terlihat dengan adanya kerja sama masyarakat dengan perusahaan berupa bantuan usaha dari perusahaan untuk masyarakat sekitar, menggunakan usaha masyarakat untuk kebutuhan perusahaan dan memperkerjakan masyarakat untuk berkerja diperusahaan.

2. Pengaruh Lingkungan terhadap Citra Perusahaan

Dalam variabel Lingkungan yang berkaitan dengan Citra perusahaan, dapat dilihat dalam tabel 4.4 yang menyatakan bahwa koefisien regresi

sebesar 0,524 dengan hasil jika probabilitas lebih dari $< 0,05$ dengan pernyataan valid, Dengan itu dengan persamaan regresi 0,524 maka pernyataan tersebut dinyatakan bahwa adanya adanya dampak dari dukungan kepada masyarakat terhadap Citra perusahaan.

Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan yang ramah lingkungan. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Corporate Social Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian Dahli dan Siregar (2008) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain Dukungan kepada masyarakat sebesar 0,381, Lingkungan sebesar 0,524. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan. Dengan kata lain, apabila bahwa Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan meningkat maka akan diikuti peningkatan Citra Perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pengaruh secara bersama-sama tiap variabel bebas terhadap Citra Perusahaan dilakukan dengan pengujian F-test. Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai sig. F sebesar 0,000. Hal tersebut berarti sig. F lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Citra Perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel Citra Perusahaan dapat diterima.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas (Dukungan kepada masyarakat (X1) dan Lingkungan (X2)) terhadap Citra Perusahaan dilakukan dengan

pengujian t-test. Berdasarkan pada hasil uji didapatkan bahwa kedua variabel mempunyai pengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan yaitu Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan

3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Lingkungan mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar. Sehingga variabel Lingkungan mempunyai pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel yang lainnya maka variabel Lingkungan mempunyai pengaruh yang dominan terhadap Citra Perusahaan.

Namun dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan merupakan gambaran dari masyarakat akan tanggung jawab sosial perusahaan, dengan itu keterkaitannya Citra Perusahaan merupakan hasil yang didapat dari tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan tanggapan positif dari masyarakat, maka citra perusahaan sangatlah positif pula.

Saran

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Lingkungan, karena variabel Lingkungan mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Citra Perusahaan, diantaranya yaitu dengan program reklamasi yang berkesinambungan dan berkali dalam kondisi tertentu, di dalam kondisi lingkungan yang tidak begitu terkena dampak perusahaan dan kondisi lingkungan yang sangat terkena dampak dari perusahaan sehingga Citra Perusahaan akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Citra Perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Buckingham, Jane Nilikant, and Venkataraman. 2012. *Corporate Social Responsibility : Managing Responsibly, Alternative Approaches to Corporate Management and Governance*. Abingdon : Gower Publishing Limited

- Creswell, John W. 1994. *Research Design : Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks : SAGE Publications
- Crowther, David & Aras, Güler. 2008. *Corporate Social Responsibility*.ed.1. London : Bookboon.com
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing the most good for your company and your cause*. John Willey & Sons. Translated by Benyamin Mohan. Jakarta : Indeks
- Kusumaningrum, Francelina Marta. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap firm reputation, Financial Performance, and Employee Turnover (Study at Commercial Banks in Malang)*. Malang : Universitas Brawijaya. Unpublished Minor Thesis
- Mermud, Asli Yuksel & Idowu, Samuel O. 2014. *Corporate Social Responsibility in Global Business World*. Berlin : Springer Berlin Heidelberg
- Mursidah 2005, 'Perkembangan Produksi Kedelai Nasional dan Upaya Pengembangannya di Propinsi Kalimantan Timur', *Perkembangan Produksi Kedelai Nasional*, vol. 2, no. 1, hal. 39-45
- Rakaykirana, Ingkan Druwasi. 2012. *The Effect of Corporate Social Responsibility to Corporate Image (Survey on PT Petrokimia Gresik)*. Malang : Universitas Brawijaya. Unpublished Minor Thesis
- Sobri. 1977. *Ekonomi Internasional*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wahyudi, Isa & Azheri, Busyra. 2008. *Corporate Social Responsibility : Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang : In-Trans Publishing
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Gresik : Fascho Publishing