



**PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN**
(Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Ukindo Blankahan
Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

AULIA NUR FITRIA SIREGAR
1715100087

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
NPM : 1715100087
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT SEKITAR PT. UKINDO BLANKAHAN KECAMATAN KUALA KABUPATEN LANGKAT)

MEDAN, 02 Oktober 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(Dr. Oktarini Khamilah Siregar, S.E. M.Si)

DEKAN



(Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn)

PEMBIMBING I

(Irawan, S.E., M.Si)

PEMBIMBING II

(Rusyda Nazhirah Yunus, S.S., M.Si)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN SARJANA
PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
NPM : 1715100087
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT SEKITAR PT. UKINDO BLANKAHAN KECAMATAN KUALA KABUPATEN LANGKAT)

MEDAN, 02 Oktober 2021

KETUA

(Wan Fachruddin, S.E., M.Si., AK., CA)

ANGGOTA I

(Irawan, S.E., M.Si)

ANGGOTA II

(Rusyda Nazhirah Yunus, SS., M.Si)

ANGGOTA III

(Anggi Pratama Nasution, S.E., M.Si)

ANGGOTA IV

(Dr. Rahima br. Purba, S.E., M.Si, Ak, CA)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
NPM : 1715100087
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT SEKITAR PT. UKINDO BLANKAHAN KECAMATAN KUALA KABUPATEN LANGKAT)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non Eksklusif kepada Unpab untuk menyimpan, mengahli-media/formatkan, mengelola, Mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain lagi bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



dan, 02 Oktober 2021

Aulia Nur Fitria Siregar
1715100087

SURAT PERSETUJUAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
NPM : 1715100087
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT SEKITAR PT. UKINDO BLANKAHAN KECAMATAN KUALA KABUPATEN LANGKAT)

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan dimasa yang akan mendatang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.



Aulia Nur Fitria Siregar
1715100087



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808

MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
NIM : 1715100087
Program Studi : Akuntansi
Tingkat Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Irawan, SE., M.Si
Judul Skripsi : Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (studi kasus pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo - Blankahan Mill Kuala Langkat

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
08 April 2021	ACC seminar	Disetujui	
September 2021	ACC sidang	Disetujui	
November 2021	ACC jilid lux	Disetujui	

Medan, 08 November 2021

Dosen Pembimbing,



Irawan, SE., M.Si



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808

MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Mahasiswa : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
NIM : 1715100087
Program Studi : Akuntansi
Tingkat Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Rusyda Nazhirah Yunus, SS., M.Si
Judul Skripsi : Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (studi kasus pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo - Blankahan Mill Kuala Langkat

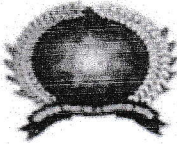
Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
08 April 2021	Acc seminar proposal	Disetujui	
September 2021	Acc sidang meja hijau	Disetujui	
November 2021	Acc jilid lux	Disetujui	

Medan, 08 November 2021

Dosen Pembimbing,



Rusyda Nazhirah Yunus, SS., M.Si



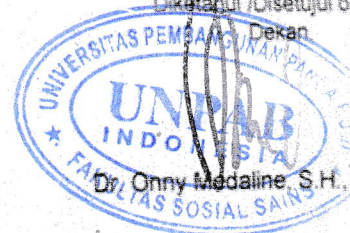
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4.5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpad@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

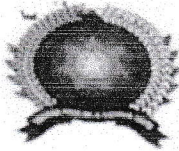
Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Irawan SE, M.Si
 Dosen Pembimbing II : Rusyda Nazhirah Yunus, S.S., M.Si
 Nama Mahasiswa : Aulia Nur Fitria Siregar
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100087
 Jenjang Pendidikan : Strata - 1
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Pt. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
19/8-21/8	<p>cek kembali hasil penelitian</p> <p>deskripsi CSR dijelaskan dan angket</p> <p>pembahasan belum jelas mengenai barter hasil penelitian</p> <p>perbaikan</p>	<p>/</p> <p>/</p>	

Medan, Agustus 2021
 Diketahui / Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn



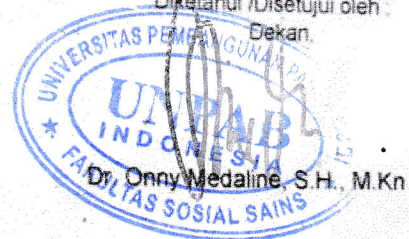
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

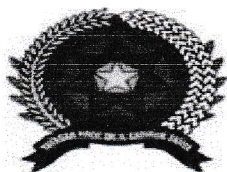
Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpub@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Irawan SE., M.Si
 Dosen Pembimbing II : Rusyda Nazhirah Yunus, S.S., M.Si
 Nama Mahasiswa : Aulia Nur Fitria Siregar
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100087
 Jenjang Pendidikan : Strata - 1
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Pt. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
29/8-21	Cat kembali keluarga Sumber teori Pembahasan per kelas Lagi dgn teorinya Cergapi data Belajar! Acc. p. deng Irawan	/	

Medan, Agustus 2021
 Diketahui / Disetujui oleh
 Dekan,





UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpub@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

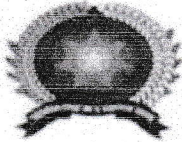
Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Irawan SE., M.Si
 Dosen Pembimbing II : Rusyda Nazhirah Yunus, S.S., M.Si
 Nama Mahasiswa : Aulia Nur Fitria Siregar
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100087
 Jenjang Pendidikan : Strata - 1
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Pt. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
2/09. 2021	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki Kata Pengantar - Perbaiki Judul Gambar di Setiap Bab - Perbaiki Penulisan Bab 4 - Perbaiki pembahasan 		
09. 2021	<ul style="list-style-type: none"> - ACC Sidang Meja Hijau 		

Medan, Agustus 2021
 Diketahui /Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

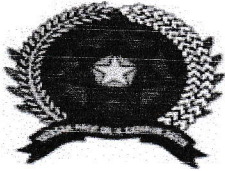
Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Irawan SE., M.Si
 Dosen Pembimbing II : Rusyda Nazhirah Yunus, S.S., M.Si
 Nama Mahasiswa : Aulia Nur Fitria Siregar
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100087
 Jenjang Pendidikan : Strata - 1
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Pt. Ukindo – Blankahan Estate Kuala Langkat)

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
17/3-21	CBM di perjelas data & Peromena Identifikasi masalah Grand theory Indikator Perbiti	 	
30/3-21	Cek kembali penulisan number teori Lengkap data.	 	

Belajar!
 Acc. Jeminar

Medan, 15 Maret 2021
 Diketahui/Dijetujui oleh:



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : Irawan SE., M.Si
 Dosen Pembimbing II : Rusyda Nazhirah Yunus, S.S., M.Si
 Nama Mahasiswa : Aulia Nur Fitria Siregar
 Jurusan/Program Studi : Akuntansi
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100087
 Jenjang Pendidikan : Strata - 1
 Judul Tugas Akhir/Skripsi : Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Pt. Ukindo Blankahan Kuala Langkat)

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
31/03.2021	<ul style="list-style-type: none"> ○ Judul dibuat piramida terbalik ○ Perbaiki Daftar Isi ○ Rapikan Tabel Data di Latar Belakang ○ Perbaiki Sumber Kutipan Bab I s/d Bab 3 ○ Miringkan Bahasa Asing ○ Perbaiki Daftar Pustaka 		
5/04.2021	<ul style="list-style-type: none"> ○ Perbaiki Penulisan Judul ○ Perbaiki Bab I s/d Bab 3 ○ Perbaiki Daftar Pustaka 		
17/04.2021	<ul style="list-style-type: none"> ○ Perbaiki Judul ○ Hapus halaman kosong 		
17/04.2021	ACC Seminar		

Medan, 08 April 2021
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 318/PERP/BP/2021

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan
ma saudara/i:

: AULIA NUR FITRIA SIREGAR
: 1715100087

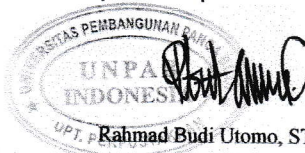
/Semester : Akhir

s : SOSIAL SAINS

w/Prodi : Akuntansi

annya terhitung sejak tanggal 06 Agustus 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku
s tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 06 Agustus 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan


UPT. **Rahmad Budi Utomo, ST.,M.Kom**

Dokumen : FM-PERPUS-06-01

si : 01

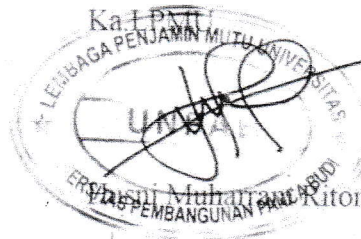
Efektif : 04 Juni 2015

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	-------------	-----------------------

Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 9/6/2021 8:53:48 AM

Analyzed document: AULIA NUR FITRIA SIREGAR_1715100087_AKUNTANSI.docx Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License03

Comparison Preset: Rewrite Detected language: Id

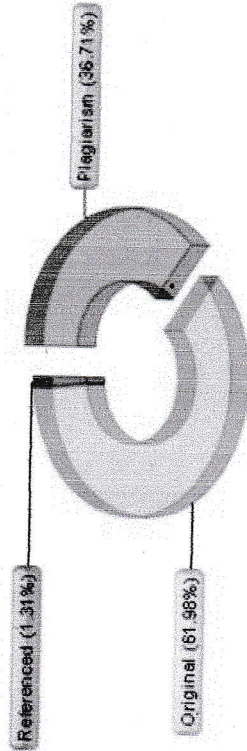
Check type: Internet Check

Disclaimer: this report must be correctly interpreted and analyzed by a qualified person who bears the evaluation responsibility!
Any information provided in this report is not final and is a subject for manual review and analysis!



Detailed document body analysis:

Relation chart:



Distribution graph:



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fakultas Ekonomi UNPAB, Jl. Jend. Gatot Subroto Km, 4,5 Medan Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI
(TERAKREDITASI
(TERAKREDITASI
(TERAKREDITASI
(TERAKREDITASI

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
Tempat/Tgl. Lahir : Limapuluh / 18 April 1999
Nomor Pokok Mahasiswa : 1715100087
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Sektor Bisnis
Jumlah Kredit yang telah dicapai : 144 SKS, IPK 3.85
Nomor Hp : 082162409812

Permohonan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap-Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Masyarakat Sekitar PT. UKindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

Perubahan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

*Coret Yang Tidak Perlu



Medan, 23 November 2020

Pemohon,

(Aulia Nur Fitria Siregar)

Tanggal :
Ditetapkan oleh :

(Dr. Basir Widiyanegara, S.E., M.M.)

Tanggal :
Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing I :

(Irwan SE., M.Si.)

Tanggal :
Disetujui oleh :
Ka. Prodi Akuntansi :

(Dr. Rahima W. Purba, SE., M.Si., Ak., CA.)

Tanggal :
Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing II :

(Rusyda Nazhirah Yunus, SS., M.Si.)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Eff: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Kamis, 12 Agustus 2020 19:09:40



4/11-21 - Gid by ...
Acc. p. Gid by ...
R. K. A. W. S. 2

**PENGARUH IMPLEMENTASI CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN**
(Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Ukindo Blankahan
Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

AULIA NUR FITRIA SIREGAR
1715100087

Acc. M. d.
3 R. m. d.
6/11-21

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas

Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

AULIA NUR FITRIA SIREGAR

1715100087

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**

3Rm
PB II
3/8-21

29/8-21
ACC. p. d. d. g.
Pulutan



3/3-2
ACC. Jemini
Purwana

**PENGARUH IMPLEMENTASI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN**
(Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Ukindo Blankahan
Kuala Langkat)

PROPOSAL

Oleh

AULIA NUR FITRIA SIREGAR
1715100087

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**
2021

ACC PBI
Dij

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 10 September 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AULIA NUR FITRIA SIREGAR
 Tempat/Tgl. Lahir : LIMAPULUH / 18 Maret 1999
 Nama Orang Tua : ADI SIREGAR
 N. P. M : 1715100087
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Akuntansi
 No. HP : 082162409812
 Alamat : PKS Blankahan, Desa Blankahan, Kec. Kuala, Kab. Langkat

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (studi kasus pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo - Blankahan Mill Kuala Langkat,** Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
Total Biaya	: Rp.	2,750,000

Ukuran Toga :

S

Diketahui/Disetujui oleh :



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



Hormat saya



AULIA NUR FITRIA SIREGAR
 1715100087

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Masyarakat sekitar PT Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat”. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya perlu untuk memerhatikan masyarakat sekitar, lingkungan dan pihak-pihak yang berkepentingan bagi perusahaan. Kegiatan bisnis perusahaan harus bertindak etis dan dapat memberi manfaat bagi masyarakat, lingkungan maupun pihak berkepentingan lainnya. Sehingga perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit*) melainkan juga berorientasi pada sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah salah satu usaha perusahaan dalam mempertahankan perilaku etis perusahaan sehingga tetap mendapatkan citra perusahaan yang positif.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan terhadap citra perusahaan di masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 responden yaitu masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 56,5%, artinya variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen citra perusahaan sebesar 56,5%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa aspek sosial (X_1) berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan (Y). Aspek ekonomi (X_2) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap citra perusahaan. Aspek lingkungan (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan. Secara bersamaan aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan PT. Ukindo Blankahan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan dan Citra Perusahaan.

ABSTRACT

This research is entitled "The Effect of Implementation on Corporate Social Responsibility (CSR) to Company's Image (Case Study on Communities around PT. Ukindo Blankahan, Kuala District, Langkat Regency)". Companies in carrying out their business activities need to pay attention to the surrounding community, the environment and interested parties for the company's business activities must act ethically and can provide benefits to the community, the environment and stakeholders so that the company is not only profit oriented but also social and environmental oriented. Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the company's efforts in maintain the company's ethical behavior so that it still gets a positive corporate image

This study aims to explain the effect of implementing Corporate Social Responsibility (CSR) from social, economic, and environmental aspects on corporate image in society at around PT. Ukindo Blankahan. This research was conducted using associative quantitative research methods. The number of samples used in this study were 98 respondents, namely the community around PT. Ukindo Blankahan using methods purposive sampling and accidental sampling. Data analysis techniques used in this research is multiple linear regression analysis with the help of IBM SPSS version 26. The results of this study showed that the coefficient of determination (r^2) was 56,5%, this meant that the independent variables of this study are able to explain the effect on the dependent variable corporate image of 56,5%. The result on partially indicate that the social aspect (X_1) has a significant positive effect on the company's image (Y). The economic aspect (X_2) has an insignificant positive effect on the company's image. The environmental aspect (X_3) has a significant positive effect on the company's image. Simultaneously social aspects, economic aspects, and environmental aspects in Corporate Social Responsibility (CSR) have a significant effect on the company's image at PT. Ukindo Blankahan.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Social Aspects, Economic Aspects, Environmental Aspects and Corporate Image.*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi ini. Adapun judul dari skripsi ini adalah **“Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Masyarakat sekitar PT Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat”** Skripsi ini merupakan syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Starata Satu (S1) Program Studi Akuntansi pada Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari masalah. Hal tersebut dapat diatasi berkat adanya, bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu Dr. Oktarini Khamilah Siregar, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Irawan, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran, masukan, dan arahan dalam penulisan dan perbaikan skripsi.

5. Ibu Rusyda Nazhirah Yunus, S.S, M.Si selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah memberikan banyak masukan dan kemudahan di dalam perbaikan skripsi ini.
6. Ayahanda Adi Siregar dan Ibunda Ika Susi Alrianti tersayang, yang selama ini selalu bersabar untuk segera melihat putrinya menyelesaikan perkuliahannya, dan doa-doa setiap saat yang dibarengi dengan jasa-jasa perjuangan kasih sayang yang tulus kapanpun dan dimanapun untuk penulis yang tidak mungkin dapat terbalaskan.
7. Bapak Suwarno, S.E., M.Si Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan hingga sampai tugas akhir skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama proses belajar dan menimba ilmu di program studi akuntansi UNPAB.
9. Adik penulis Aulia Nur Annisya Siregar dan Aulia Nur Hafizah Siregar yang membantu menyemangati dan berdoa untuk perjuangan saya menyelesaikan perkuliahan di perguruan tinggi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
10. Teman-teman seperjuangan stambuk 2017 Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan (UNPAB).
11. Sahabat-sahabat tersayang Dwi Ramadhani, Shellyana Putri, Siti Haliza dan Tiara Resa Pristi Dwi Yanti yang telah menemani perjalanan awal kuliah hingga sekarang dan terimakasih banyak telah memberikan semangat serta masukan kepada penulis.

12. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan (HMA-UNPAB) yang telah banyak memberikan pengalaman luar biasa serta memberikan doa-doa terbaik kepada penulis. Terimakasih banyak penulis ucapkan untuk kalian.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini sampai dengan selesai, sehingga nantinya bisa bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta bisa menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Medan, 02 Oktober 2021

Aulia Nur Fitria Siregar
NPM: 1715100087

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
SURAT PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
1.5 Keaslian Penelitian	13
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Teori <i>Stakeholder (Stakeholder Theory)</i>	13
2.1.2 Citra Perusahaan	16
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	24
2.1.4 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan.....	32
2.2 Penelitian Sebelumnya	36
2.3 Kerangka Konseptual	39
2.4 Hipotesis.....	41
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1 Pendekatan Penelitian	41

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data	43
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1.1 Sejarah Perkembangan PT Ukindo Blankahan	53
4.1.1.2 Visi dan Misi PT. Ukindo Blankahan	55
4.1.1.3 Ruang Lingkup Bidang Usaha	55
4.1.1.4 Lokasi Perusahaan dan Daerah Pemasaran	56
4.1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan	57
4.1.1.6 Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada PT. Ukindo Blankahan.....	60
4.1.1.7 Bentuk-Bentuk Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> PT. Ukindo Blankahan.....	61
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	65
4.1.2.1 Statistik Deskriptif Responden.....	65
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	66
4.1.3 Analisis Data	78
4.1.3.1 Uji Kualitas Data.....	78
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.1.3.3 Uji Analisis Regresi Linie Berganda.....	85
4.1.4 Uji Hipotesis	87
4.1.4.1 Uji Parsial (Uji T)	87
4.1.4.2 Uji Simultan (Uji F)	89
4.1.4.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	90
4.2 Pembahasan	91
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Laba dan Anggaran dana CSR/Tahun PT. Ukindo Blankahan.....	6
Tabel 1.2 Anggaran dan Realisasi dana CSR PT. Ukindo Blankahan 2018-2020	7
Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian	41
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk di Desa sekitar Perkebunan	43
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	46
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Desa	66
Tabel 4.4 Distribusi Responden atas jawaban variabel CSR Aspek Sosial.....	67
Tabel 4.5 Distribusi Responden atas jawaban variabel CSR Aspek Ekonomi....	70
Tabel 4.6 Distribusi Responden atas jawaban variabel CSR Aspek Lingkungan	72
Tabel 4.7 Distribusi Responden atas jawaban variabel Citra Perusahaan	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	89
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra.....	20
Gambar 2.2 Konsep <i>Triple Bottom Line</i>	28
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Ukindo Blankahan Estate	58
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Ukindo Blankahan Mill.....	59
Gambar 4.3 Grafik Histogram.....	81
Gambar 4.4 Grafik P-Plot	82
Gambar 4.5 Scatterplot.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Data Distribusi Item
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
6. Tabel t
7. Tabel f
8. Dokumentasi Penelitian
9. Surat Balasan Riset

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab perusahaan yang orientasinya terhadap masyarakat dan bisnis. Perusahaan dan masyarakat ialah simbiosis mutualisme yang sangat berkaitan erat (saling memberi serta membutuhkan). Hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan berbagai kepentingan umum akan menentukan kesuksesan di masa depan jika dibina serta dipelihara dengan baik sehingga dapat menghasilkan citra positif (*Good Image*) untuk perusahaan. Menurut (Kotler dan Keller, 2012:274) citra perusahaan merupakan seperangkat keyakinan yaitu kesan, perasaan dan gambaran yang dimiliki oleh publik terhadap perusahaan.

Pada sisi bisnis perusahaan memiliki kebijakan mengenai strategi dengan tujuan utama untuk memperoleh laba serta upaya memenangi persaingan. Namun perusahaan memiliki batasan dimana perusahaan wajib mengaitkan segala pemangku kepentingan umum yang sepatutnya dibatasi, misalnya perusahaan memfokuskan pada kebijakan yang bisa membangun keseimbangan yang positif antara perusahaan dengan seluruh aktivitasnya dengan masyarakat sekitar.

Sebuah konsep mengenai CSR yang terkenal adalah konsep "*Triple Bottom Line*" yang dikemukakan oleh Elkington dalam Hadi (2014:56) bahwa jika perusahaan ingin berkelanjutan maka perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma mengejar keuntungan (*profit*), namun perusahaan juga harus memberikan kontribusi positif untuk kesejahteraan masyarakat (*people*), dan ikut berkontribusi secara aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Awalnya pandangan tentang tanggung jawab sosial hanyalah sebatas kegiatan sukarela untuk menciptakan citra yang baik di hadapan masyarakat. Namun seiring berkembangnya perusahaan dan pengembangan masyarakat, sejak tahun 2007 Pemerintah Indonesia mulai mengeluarkan peraturan yang secara khusus mengatur tanggung jawab sosial perusahaan antara lain : (1) Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas yang menjalankan bisnisnya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. (2) Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 Pasal 15 (b) terkait Penanaman Modal menyatakan kewajiban bagi setiap penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. (3) Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012) untuk PT yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang SDA (Sumber daya alam) .

Besaran dana untuk pelaksanaan CSR perusahaan setiap tahunnya baik UU PT maupun PP 47/2012 selaku peraturan pelaksanaannya tidak mengatur spesifik besaran minimal dana yang wajib dialokasikan untuk CSR. Namun dalam praktiknya, beberapa daerah telah mengatur besaran minimal anggaran TJSL dalam Peraturan Daerah ('Perda'). Contohnya adalah pasal 23 ayat (1) Perda Kaltim 3/2013 mengatur bahwa pembiayaan pelaksanaan CSR dialokasikan sebesar 3% dari keuntungan bersih perusahaan setiap tahunnya.

Diberlakukannya peraturan mengenai CSR, maka semakin banyak perusahaan yang berlomba melakukan kegiatan-kegiatan CSR untuk menjaga reputasi dan keberlangsungan usahanya. Karna dengan reputasi yang baik, maka perusahaan akan mendapat citra positif dari masyarakat. Berdasarkan konsep

“*Triple Bottom Lines*” CSR merupakan kewajiban dan tanggung jawab perusahaan terhadap aspek-aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan yang diakibatkan dari kegiatan operasional atau aktivitas yang dilakukan perusahaan. Dari kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan untuk dapat mensejahterakan masyarakat serta memperoleh citra yang baik, diperlukan suatu kegiatan yang berkelanjutan dari ketiga aspek tersebut.

Wijaya, dkk (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa masyarakat memiliki pengaruh pada keberadaan perusahaan. Seluruh kegiatan operasional perusahaan akan berpotensi menimbulkan dampak positif ataupun negatif masyarakat sekitar perusahaan. Jika perusahaan memperhatikan aspek sosial maka perusahaan tentu dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Namun apabila aspek sosial ini diabaikan, maka dapat menimbulkan kondisi yang tidak diinginkan dalam aktivitas perusahaan tersebut. Penelitian lain dilakukan oleh Dessy, dkk (2017) menyatakan bahwa aspek sosial memiliki pengaruh pada citra perusahaan, hal ini membuktikan bahwa dengan adanya bantuan dana dari perusahaan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Selanjutnya implementasi CSR dalam aspek ekonomi, menurut Chahal dan Sarma dalam Aryawan (2017:609) aspek ekonomi dari *Corporate Social Responsibility* merupakan dampak ekonomi dari kegiatan operasional perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung di masyarakat sekitar. Konsep *triple bottom lines* dari perusahaan bukan hanya untuk bertanggung jawab kepada *shareholders* saja dengan memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Tetapi perusahaan tentu harus menyadari bahwa *profit* yang diperoleh perusahaan tidak terlepas dari dukungan pemangku kepentingan. Perusahaan sudah selayaknya untuk

menyisihkan sedikit dari keuntungannya untuk kesejahteraan masyarakat (*stakeholders*).

Menurut Mardikanto (2014:149) aspek lingkungan merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan dari operasional perusahaan, menghilangkan emisi dari limbah, dan penurunan operasional yang dapat berdampak negatif terhadap negara dan ketersediaan sumber daya untuk generasi berikutnya. Aspek lingkungan ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kewajiban terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasional perusahaan.

Ketiga aspek dalam program CSR (sosial, ekonomi, dan lingkungan) dapat membentuk persepsi masyarakat sekitar yang meliputi opini, pendapat, penilaian dan tanggapan untuk perusahaan yang menjalankan program CSR. Seluruh opini, pendapat, penilaian dan tanggapan yang dibentuk oleh masyarakat dapat mempengaruhi citra perusahaan.

Citra perusahaan sendiri merupakan sebuah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan atau suatu objek. Bill Canton mendefinisikan bahwa citra merupakan kesan yang sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Berdasarkan pengertian tersebut maka citra adalah kesan, pandangan, perasaan masyarakat terhadap perusahaan mengenai apa yang dilakukan perusahaan. (Nanang A.S, 2018:7)

Setiap perusahaan perlu memiliki *image* yang baik diminta para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Reputasi dan *image* positif tersebut menjadi modal non finansial utama dan nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat berkembang secara berkelanjutan (*sustainable development*). Hal ini salah satunya dapat diwujudkan

dengan implementasi CSR. Namun dalam pelaksanaannya, perusahaan perlu memperhatikan efektifitas dan tidak bersifat sementara sehingga mampu berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat sebagai salah satu pihak terpenting dalam keberlangsungan perusahaan, sehingga terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat luas.

Salah satu penyelenggara CSR adalah PT. Ukindo Blankahan yang berada di Desa Blankahan, Kec. Kuala, Kab. Langkat Sumatera Utara. PT United Kingdom Indonesia Plantations merupakan perusahaan swasta milik nasional yang tergabung dalam *Anglo Eastern Plantations* (AEP GROUP) yang bergerak dalam bidang industri dan perkebunan kelapa sawit, yang berstatus penanaman modal asing dengan produk berupa tandan buah segar dari perkebunan serta CPO (Minyak Sawit Mentah) dan Kernel dari pabrik kelapa sawit. Seperti diketahui, bahwa perkebunan dan pabrik kelapa sawit dituding sebagai pihak penyebab rusaknya lingkungan. Penelitian ini mengambil 3 desa dalam ring 1 (10km) dari PT. Ukindo Blankahan yaitu Desa Blankahan yang merasakan langsung dampak operasional perusahaan karena pabrik kelapa sawit (PKS) berada di desa tersebut, Desa Suka Damai dan Parit Bindu yang terletak di bagian selatan perusahaan dan banyaknya mobil besar yang berlalu lintas membuat masyarakat setempat terganggu. Maka dekatnya pemukiman masyarakat ini terus membuat perusahaan berupaya untuk maju dan berkomitmen atas tanggung jawab untuk kepentingan lingkungan sekaligus memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat atas dampak operasional perusahaan dengan menyisihkan sebagian dari laba yang diperoleh perusahaan.

PT. Ukindo Blankahan sebagai anak perusahaan dari *Anglo Eastern Plantatations* dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* memfokuskan perhatiannya berdasarkan konsep “*Triple Bottom Lines*” yaitu : *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), *planet* (lingkungan). Perusahaan harus memiliki tingkat keuntungan yang memadai sebab laba merupakan fondasi utama bagi perusahaan untuk bisa berkembang dan mempertahankan eksistensi perusahaan sehingga dapat memberi imbalan yang layak kepada karyawan serta memberikan *multiplier effect* yang diharapkan kepada masyarakat.

Model tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan PT. Ukindo Blankahan mencakup tanggung jawab atas dampak kegiatan pada lingkungan, konsumen, karyawan, pemangku kepentingan dan semua masyarakat sekitar. Perusahaan memiliki komitmen atas pelaksanaan CSR dengan mengadakan program kegiatan CSR secara rutin setiap tahunnya dengan susunan anggaran yang bersumber dari penyisihan laba bersih perusahaan dan/atau anggaran yang diperhitungkan sebagai biaya pada perusahaan oleh Medan *Head Office*. Berikut tabel laba dan anggaran dana CSR PT. Ukindo Blankahan tahun 2017-2020 serta anggaran dan realisasi dana CSR per bidang tahun 2018-2020:

Tabel 1.1 Laba dan Anggaran dana CSR/Tahun PT. Ukindo Blankahan

No	Tahun	Laba (Rp)	Tahun	Anggaran Dana CSR/Tahun (Rp)	Realisasi Dana CSR/Tahun (Rp)
1	2017	350.300.295.000	2018	169.338.869	126.536.849
2	2018	183.035.508.050	2019	198.486.529	91.297.642
3	2019	102.365.530.650	2020	108.389.357	58.081.397

Sumber : PT. Ukindo Blankahan

**Tabel 1.2 Anggaran dan Realisasi dana CSR PT. Ukindo Blankahan
2018-2020**

No	Bidang Kegiatan	Aspek	Tahun	Anggaran Dana CSR	Realisasi Dana CSR	Selisih	
				RP	RP	RP	%
1	Pendidikan	Sosial	2018	52.300.000	26.000.000	26.300.000	50,2%
			2019	35.500.000	10.000.000	25.500.000	72%
			2020	19.000.000	11.000.000	8.000.000	42%
2	Kesehatan dan Keselamatan	Sosial	2018	20.950.000	13.819.412	7.130.588	34%
			2019	44.400.000	5.000.000	39.400.000	89%
			2020	4.400.000	1.100.000	3.300.000	75%
3	Sosial, Budaya dan Keagamaan	Sosial	2018	61.350.000	70.224.793	-8.874.793	-14%
			2019	56.904.000	58.687.200	-1.783.200	-3%
			2020	54.017.968	26.460.579	27.557.389	51%
4	Penhijauan dan Lingkungan	Lingkungan	2018	5.750.000	1.500.000	4.250.000	74%
			2019	5.750.000	-	5.750.000	100%
			2020	3.500.000	-	3.500.000	100%
5	Pemberdayaan dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat	Ekonomi	2018	14.654.664	11.574.663	1.857.949	16%
			2019	34.204.630	12.796.715	21.407.915	62%
			2020	12.485.695	1.048.513	11.437.182	92%
6	<i>External Road</i> (Perbaikan jalan desa)	Lingkungan	2018	9.994.205	3.417.981	6.576.224	66%
			2019	17.672.898	4.814.727	12.858.171	73%
			2020	11.985.694	18.472.305	-6.486.611	-35%

Sumber : PT. Ukindo Blankahan

Penurunan maupun kenaikan anggaran CSR yang terjadi disebabkan nilai laba bersih perusahaan yang naik turun, serta adanya evaluasi setelah pelaksanaan CSR tahun sebelumnya. Meskipun seharusnya dana CSR menjadi biaya administrasi perusahaan namun tetap harus memperhatikan kemampuan dari perusahaan.

Pada tabel 1.1 tampak Anggaran dana CSR tahun 2019 sejumlah Rp198.486.529 mengalami kenaikan 15% dari tahun 2018, padahal jika dilihat laba yang diperoleh perusahaan pada 2018 menurun karena harga CPO (minyak sawit mentah) rendah serta sebagian Rupiah yang melemah di tahun 2018 dan pelaksanaan realisasi tahun sebelumnya juga tak sepenuhnya tercapai. Hal ini terjadi karena di tahun 2019 terdapat penambahan beberapa kegiatan CSR yang

akan dilakukan PT. Ukindo Blankahan seperti terlihat pada tabel 1.2 yaitu pada aspek sosial untuk mengadakan tournament sepak bola di Desa Blankahan dalam bidang kesehatan dan keselamatan, penambahan anggaran pada bidang pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat untuk pemberian air bersih dan CSR lingkungan untuk perbaikan jalan yang di targetkan terlaksana pada pada tahun 2019. Maka perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan itu di tahun 2019 dengan menaikkan anggaran CSR nya demi mencapai tujuannya memperoleh citra yang baik di masyarakat.

Tahun 2019 laba perusahaan mengalami penurunan yang signifikan yaitu 45% dari tahun 2018 disebabkan karena masih adanya ketidakstabilan harga CPO disertai produksi CPO yang juga sangat menurun disebabkan karena persaingan yang ketat untuk mendapatkan bahan baku eksternal dari dua pabrik baru di sekitar PT Ukindo Blankahan. Hal ini menjadi penyebab turunnya anggaran dana CSR di 2020 dimana menurun 45% menjadi Rp108.389.357 dibanding tahun 2019 sebesar Rp198.486.529.

Penyebab lain adalah evaluasi pelaksanaan realisasi CSR di 2019 tidak mencapai tujuan yang direncanakan di tahun tersebut. Dari hasil wawancara dengan bagian CSR, hal ini terjadi karena adanya hambatan-hambatan sehingga tidak terlaksananya beberapa kegiatan CSR di 2019 yaitu pada program kesehatan dan keselamatan dimana seharusnya dilaksanakan tournament sepak bola di desa blankahan namun gagal dilaksanakan karena ketidaktepatan waktu dari manajemen dan gagalnya beberapa program dalam aspek ekonomi dan lingkungan disebabkan partisipasi masyarakat yang menurun terhadap kegiatan tersebut dimana masyarakat menganggap bahwa kegiatan itu hanyalah formalitas belaka dan

masyarakat lebih memilih dana langsung dibandingkan kegiatan tersebut. Berikut juga perbaikan jalan desa yang tidak terlaksana. Gagalnya beberapa pelaksanaan kegiatan CSR akan mempengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat.

Dari hasil observasi awal atas wawancara dengan bagian *Corporate Social Responsibility* (CSR) Realisasi pelaksanaan CSR di tahun 2020 mengalami beberapa kesulitan karena munculnya musibah pandemi Covid-19 di paruh pertama yang menyebabkan terbatasnya pergerakan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR yang telah direncanakan sebelumnya. Terlihat pada realisasi dana yang hanya mencapai 50% dari anggaran dana. Akibat keterbatasan dalam pelaksanaan kegiatan langsung, perusahaan lebih banyak mengalihkan dana untuk memberi bantuan sembako maupun dana langsung kepada masyarakat kurang mampu yang terdampak pandemi Covid-19 dan memberikan penyuluhan berupa *plank* himbuan atau spanduk sosialisasi pencegahan penyebaran Covid-19 di sekitar desa maupun perumahan karyawan. Selain itu untuk kegiatan lain yang dilakukan adalah perbaikan rumah ibadah dan perbaikan jalan-jalan desa yang rusak akibat kendaraan operasional perkebunan dan pabrik. Hal ini dilakukan sebagai kewajiban perusahaan untuk tetap memperhatikan masyarakat meskipun ruang gerak menjadi terbatas karena adanya Covid-19 dan memperoleh pandangan baik dari publik di tahun 2020.

Berdasarkan data tabel 1.2 dan hasil observasi awal tampak bahwa realisasi dana CSR perusahaan cenderung tidak stabil disebabkan beberapa hambatan dalam pelaksanaan baik dari internal perusahaan maupun masyarakat ataupun karena kondisi pandemi menyebabkan tidak terlaksananya beberapa kegiatan mengakibatkan opini yang tidak baik dari masyarakat.

Fenomena yang terjadi adalah dimana saat program CSR yang direncanakan tidak terlaksana, kegiatan dalam bidang ekonomi yang dilakukan tidak berkelanjutan, kurangnya partisipasi sebagian besar masyarakat terhadap kegiatan bersama yang berhubungan dengan sosial dan penghijauan lingkungan, dan bagaimana perusahaan mengimplementasikan kegiatan CSR nya di masa pandemi Covid-19. Hal ini akan memberikan dampak negatif terhadap citra PT. Ukindo Blankahan karena masyarakat masih sulit menerima kegiatan yang dilakukan perusahaan dan jika perusahaan tidak dapat mengendalikan hambatan dalam melaksanakan program CSRnya sehingga peneliti tertarik untuk meneliti implementasi CSR pada aspek (Sosisal, Ekonomi, Lingkungan) untuk mendapatkan bukti bahwa kegiatan CSR pada kenyataannya apakah dapat bermanfaat atau tidak pada masyarakat sekitar yang berada di 3 Desa terdekat dalam Ring 1 (10 km) sekitar perkebunan dan pabrik yang telah mengetahui kegiatan CSR sehingga akan membentuk opini dan penilaian terhadap citra perusahaan.

Pada penelitian terdahulu ditemukan perbedaan hasil penelitian yang dilakukan Wijaya, Husni, dkk (2015) menyatakan bahwa implementasi *corporate social responsibility* (CSR) dalam aspek sosial, ekonomi dan lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Juri, Mat dan Sailawati (2020) bahwa CSR dalam aspek ekonomi dan sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Sejalan dengan penelitian Lestyia (2014) yang menyatakan bahwa CSR pada aspek lingkungan dan ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan adanya perbedaan penelitian terdahulu merupakan ide atau gagasan yang mendasari dilakukannya penelitian

dengan judul “**Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)**” .

1.2 Identifikasi dan Batasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Mengacu kepada uraian latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah yang dapat dikemukakan adalah :

- a. Terjadi ketidakstabilan realisasi dana CSR tahun 2018-2020 akibat tidak tercapainya target pelaksanaan program CSR.
- b. Menurunnya citra perusahaan atas kurangnya partisipasi masyarakat terhadap kegiatan CSR sosial dan penghijauan lingkungan.
- c. Program CSR dalam aspek ekonomi tidak berkelanjutan.
- d. Gagalnya pelaksanaan program CSR menjadi penyebab perusahaan memperoleh citra negatif dari masyarakat.

1.2.2 Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini hanya membahas masalah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada (tiga) variabel bebas yaitu Aspek Sosial, Aspek Ekonomi dan Aspek Lingkungan. Serta 1 variabel terikat yaitu Citra Perusahaan pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.

- b. Citra dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan berdasarkan persepsi masyarakat sekitar perusahaan berada melalui program – program CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka peneliti perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah variabel Aspek Sosial dalam CSR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan ?
2. Apakah variabel Aspek Ekonomi dalam CSR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan ?
3. Apakah variabel Aspek Lingkungan dalam CSR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan ?
4. Apakah variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan Secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat ?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pengaruh variabel aspek sosial terhadap Citra Perusahaan.
2. Untuk menjelaskan pengaruh variabel aspek ekonomi terhadap Citra Perusahaan.

3. Untuk menjelaskan pengaruh variabel aspek lingkungan terhadap Citra Perusahaan.
4. Untuk menjelaskan apakah Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan Kuala Langkat.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada peneliti lain atau para akademis yang akan mengambil skripsi atau tugas akhir mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan citra perusahaan sekaligus sebagai referensi dalam penulisan.
2. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis sebagai bahan pembelajaran dan menambah ilmu serta dapat berguna dalam penerapan berdasarkan teori maupun praktek yang sebenarnya.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh internal perusahaan sebagai bahan evaluasi berupa saran dan informasi dari implementasi program CSR pada aspek-aspek (sosial, ekonomi, dan lingkungan) yang dilakukan perusahaan untuk membentuk citra yang lebih baik dari masyarakat.

1.5 Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan perbandingan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Made Aryawan, I Ketut Rahyuda, dan Ni Wayan Ekawati (2017) dari Universitas Udayana (Unud) Bali. Penelitian tersebut mengambil judul :

“Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada PT. Pertamina (Persero) TBBM Sanggaran, Bali)” sedangkan penelitian ini berjudul: “Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat)”.

Adapun beberapa perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan saat ini yang terletak pada:

1. Penelitian terdahulu mengambil lokasi di Sanggaran, Bali dengan objek penelitian Masyarakat sekitar PT. Pertamina (Persero) TBBM Sanggaran Bali, sedangkan objek penelitian ini adalah Masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.
2. Penelitian terdahulu mengambil sampel sebanyak 104 dari populasi masyarakat sekitar Terminal BBM Sanggaran dengan menggunakan metode *purposive sampling*, sedangkan penelitian ini mengambil sampel sebanyak 98 dari populasi masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan dengan menggunakan rumus slovin dengan metode *purposive sampling dan accidental sampling*.
3. Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2017, sedangkan penelitian ini dilakukan di tahun 2021.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Menurut Hadi (2011:93) *Stakeholder* berkaitan dengan semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Biset secara singkat mendefinisikan *stakeholder* adalah orang dengan sebuah kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble dan Wellard melihat *stakeholder* dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki (Azheri, 2012:112).

Ghozali dan Chariri (2014:439) menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah tentang suatu perusahaan yang melakukan kegiatan operasionalnya tidak untuk kepentingannya sendiri melainkan harus memberikan manfaat atau keuntungan bagi *stakeholdernya*. Karena perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak hanya mementingkan keuntungan yang hanya diterima perusahaan tetapi juga berusaha untuk memberikan hasil yang baik atau hasil yang positif bagi *stakeholder* agar perusahaan memenuhi kebutuhan yang diberikan kepada *stakeholder*.

Teori ini dengan jelas mempersepsikan perusahaan dalam bentuk yang lebih sosial dan humanis, serta memberikan kesadaran etika tentang tanggung jawab sosial. Pada dasarnya penerapan tanggung jawab sosial perusahaan bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat yang menimbulkan citra yang baik bagi perusahaan.

2.1.2 Citra Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Citra

Citra merupakan harta terpenting dari suatu perusahaan. Citra yang baik merupakan salah satu perangkat kuat atas keberlangsungan bisnis suatu perusahaan. Citra memberikan penilaian positif dan eksistensi perusahaan dimata publik/khalayak, yaitu dengan menunjukkan pandangan masyarakat terhadap reputasi perusahaan dalam jangka panjang. Pencitraan yang terbentuk dengan baik maka akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan perusahaan.

Menurut Ruslan (2012:76) citra adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang ingin dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (humas) atau *public relation*. Pengertian citra itu sendiri sebenarnya abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif atau negatif yang khususnya berasal dari publik/khalayak dan masyarakat luas pada umumnya. Penilaian atau tanggapan masyarakat berikut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan baik dan menguntungkan terhadap suatu citra organisasi atau produk barang dan jasa perusahaan tersebut. Proses akumulatif atas kepercayaan yang telah diberikan oleh setiap individu-individu ataupun rasa hormat serta pandangan-pandangan baik akan mengalami suatu proses baik cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas, yang sering disebut citra (*image*).

Pengertian citra yang lain diungkapkan oleh Soemirat dan Ardianto dalam Al'Amruzi (2014) adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan

pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Citra sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh persepsi dan juga anggapan masyarakat mengenai perusahaan tersebut, sehingga apabila persepsi masyarakat baik maka baik pula citra sebuah perusahaan tersebut. Citra dapat diukur melalui pendapat, kesan, tanggapan seseorang, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada di setiap pikiran individu mengenai suatu objek tertentu, bagaimana mereka memahaminya dan apa yang mereka sukai atau tidak sukai pada objek tersebut.

Maka dapat diuraikan, citra perusahaan merupakan hasil dari proses persepsi dan opini oleh individu-individu terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Persepsi sendiri ialah cara pandang yang dimiliki satu individu yang berbeda dengan individu lain. Persepsi masyarakat sangat berkaitan dengan citra perusahaan, jika masyarakat memiliki persepsi yang baik, maka baik juga citra perusahaan dan sebaliknya, jika persepsi dari masyarakat buruk maka buruk jugalah citra perusahaan.

2.1.2.2 Jenis-jenis Citra Perusahaan

Menurut Jefkins dalam Gassing dan Suryanto (2016:156-157) ada beberapa jenis citra, yakni :

a) Citra Bayangan (*Mirror Image*)

Citra bayangan biasanya melekat kepada pemimpin organisasi terkait pandangan orang lain. Pemimpin tersebut selalu merasa semua orang mempunyai pandangan yang positif terhadap organisasi. Citra bayangan merupakan citra yang dianut “orang dalam” mengenai pandangan “orang luar” tentang organisasinya. Citra ini cenderung tidak tepat, bahkan hanya sekedar

ilusi, disebabkan tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan-kalangan dalam organisasi mengenai pendapat atau pandangan pihak luar.

b) Citra yang Berlaku (*Current Image*)

Merupakan citra yang terbentuk ketika pihak-pihak luar organisasi memberikan suatu pandangan kepada perusahaan. Namun sama dengan citra bayangan, citra yang berlaku seringkali tidak tepat karena terbentuk berdasarkan pengalaman atau pengetahuan “orang luar” yang biasanya tidak memadai dan kurangnya informasi.

c) Citra yang Diharapkan (*Wish Image*)

Merupakan citra yang diinginkan pihak manajemen atau organisasi. Pada umumnya citra ini sangat baik dan lebih baik dari citra yang ada/sebenarnya ada di perusahaan. Citra ini dirumuskan dan diperjuangkan untuk memperoleh sesuatu yang baru ketika khalayak belum memiliki informasi yang memadai mengenai perusahaan.

d) Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Merupakan citra dari suatu perusahaan secara keseluruhan untuk menciptakan citra positif, bukan hanya produk dan pelayanannya akan tetapi berdasarkan seluruh aspek yang telah diraih perusahaan sebelumnya; sejarah perusahaan, prestasi yang diraih, reputasi perusahaan, dan lainnya.

e) Citra Majemuk (*Multiple ImageI*)

Merupakan pelengkap dari citra perusahaan dimana citra yang terbentuk merupakan ciri khas yang ingin ditampilkan. Biasanya, perusahaan menerapkan keunikannya sendiri seperti mengenakan seragam, memakai

warna mobil dinas yang sama sesuai seragam, simbol, lencana, sistem pelatihan staff, bentuk bangunan, interior toko, desain papan nama toko, dan hal lainnya yang menjadikan suatu perusahaan beda dengan suatu perusahaan lainnya.

f) Citra Penampilan (*Perfomance Image*)

Citra penampilan adalah citra yang ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kerja atau penampilan diri (*performance image*) para professional dalam perusahaan. Contohnya terdapat dalam standart operasional; melayani pelanggan dengan tersenyum, menyambut tamu dengan etika yang baik, dan lainnya.

2.1.2.3 Faktor-faktor Pembentukan Citra

Menurut Gassing dan Suryanto (2016:157-158) Citra sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:

1. Identitas Fisik

Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenal visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenal visual seperti nama yang melekat, logo, gedung ataupun lobi sebuah kantor. Pengenal audio misalnya sebuah organisasi memiliki *jingle* atau lagu yang memperlihatkan corak organisasi. Pengenal media berkaitan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa *company profile*, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Biasanya, beragam pengenal tersebut mencerminkan identitas, visi, misi dan sifat si pemilik.

2. Identitas Nonfisik

Identitas nonfisik berkaitan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata teanjang. Misalnya, sejarah, filosofi, budaya di dalam

organisasi, system *punish and reward*, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai kemanusiaan yang ditanamkan oleh perusahaan dan lain sebagainya.

3. Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

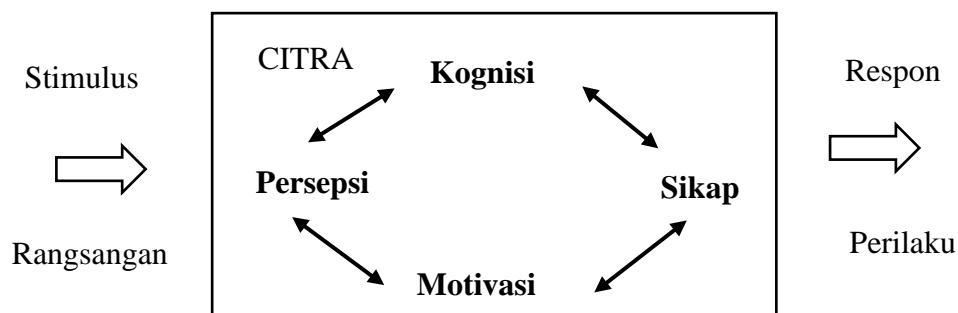
Selain identitas, citra sebuah organisasi/perusahaan juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang, baik barang atau jasa, mencerminkan kualitas manajemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi juga akan semakin baik.

4. Aktivitas dan Pola Hubungan

Jika sebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya di luar organisasi mencerminkan citra organisasi. Memberikan respon jujur dan memperlihatkan tanggung jawab adalah pola dasar.

2.1.2.4 Proses Pembentukan Citra

Berikut adalah gambar model proses pembentukan citra menurut John Nimpoena yang digambarkan dalam buku Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR (Ardianto & Machfudz, 2011:107-108) :



Sumber : (Ardianto & Machfudz, 2011:107-108)

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Citra

Keterangan :

- a) Stimulun (Rangsangan), yaitu kesan organisasi yang diterima dari luar untuk membentuk persepsi. Stimulus pembentuk citra berkaitan dengan informasi yang berasal dari luar yang menggambarkan sebuah proses pembentuk citra.
- b) Persepsi, hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan dikaitkan dengan suatu pemahaman.
- c) Kognisi, yaitu aspek pengetahuan yang berkaitan dengan kepercayaan, ide, dan konsep.
- d) Motivasi, kecenderungan yang menetap untuk mencapai tujuan tertentu, dan untuk sedapat mungkin menjadi kondisi kepuasan maksimal bagi individu pada setiap saat.
- e) Sikap, yaitu hasil evaluasi negatif atau positif terhadap konsekuensi-konsekuensi penggunaan suatu objek.
- f) Perilaku, akibat atau respons individu terhadap rangsangan yang berasal dari dalam dirinya maupun lingkungan sekitarnya.
- g) Respons, Perilaku berupa aktivitas seseorang yang berupa tindakan sebagai reaksi terhadap rangsangan atau stimulun.

2.1.2.5 Manfaat Citra Perusahaan

Perusahaan terus berupaya untuk membentuk citra positif dari masyarakat demi keberlanjutan hidup perusahaan dengan berbagai strategi termasuk melaksanakan kegiatan CSR. Tugas perusahaan dalam membentuk citra yang baik adalah dengan mengidentifikasi citra seperti apakah yang ingin dilihat oleh mata publik atau masyarakatnya terhadap perusahaannya.

Menurut Sutojo dalam Ardianto (2011:63) manfaat citra perusahaan yang baik dan kuat sebagai berikut :

1. Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap (*mid and long term sustainable competitive position*). Perusahaan berusaha memenangkan persaingan dengan menyusun strategi taktis. Citra perusahaan yang baik dan kuat tumbuh menjadi “kepribadian perusahaan” sehingga tidak mudah dijiplak perusahaan lain.
2. Menjadi perisai selama masa kritis (*an insurance for adverse times*). Perusahaan yang memiliki citra buruk akan mudah sekali jatuh atau bahkan gulung tikar, berbeda dengan perusahaan bercitra baik. Sebagian besar dari masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra yang baik, yang menyebabkan mereka mengalami masa krisis. Masyarakat akan cenderung berpikir bahwa krisis yang dialami perusahaan tidak disebabkan karena kesalahan manajemen melainkan karena nasib buruk semata.
3. Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attracting the best executives available*). Eksekutif handal menjadi aset yang berharga bagi setiap perusahaan. Mereka berperan dalam memutar operasi bisnis perusahaan sehingga berbagai tujuan perusahaan jangka pendek dan menengah dapat tercapai. Perusahaan dengan citra yang baik tidak pernah mendapat kesulitan yang berarti untuk dalam merekrut eksekutif handal.
4. Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instruments*).

Perusahaan dengan citra baik dapat menunjang efektifitas strategi pemasaran suatu produk. Misalnya: meskipun harga produk perusahaan yang lama dikenal sedikit lebih mahal dari produk perusahaan yang jarang dikenal, kebanyakan konsumen tetap memilih untuk membeli produk dari perusahaan telah lama dikenal.

5. Penghematan biaya operasional (*cost saving*).

Perusahaan yang memiliki citra baik dapat menekankan biaya untuk merekrut dan melatih eksekutif, karena eksekutif handal tidak banyak membutuhkan pelatihan (*training*) untuk meningkatkan atau menyesuaikan kualifikasi mereka dengan yang diinginkan perusahaan.

2.1.2.6 Indikator Pengukuran Citra Perusahaan

Setiap perusahaan pasti mempunyai citra dimata publik/masyarakat sekitar perusahaan apakah itu baik atau buruk, tergantung pada persepsi yang dilihat masyarakat tersebut mengenai apa yang mereka rasakan terhadap citra perusahaan tersebut.

Menurut Ruslan (2012 : 25) untuk mengukur citra perusahaan, baik citra positif maupun negatif dibutuhkan alat ukur untuk mengetahui citra perusahaan tersebut. Ada empat hal yang digunakan sebagai alat pengukur untuk pembentukan citra perusahaan, yaitu :

- a) Kepercayaan merupakan kesan dan pendapat atau penilaian positif publik terhadap suatu perusahaan.
- b) Realitas yaitu menggambarkan suatu yang realitas, jelas terwujud, dapat diukur, dan hasilnya dapat dirasakan serta di pertanggungjawabkan dengan perencanaan yang matang dan sistematis bagi responden.

- c) Terciptanya kerjasama yang saling menguntungkan, yaitu menggambarkan keadaan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan publiknya.
- d) Kesadaran, yaitu adanya kesadaran publik/khalayak tentang perusahaan dan perhatian terhadap produk yang dihasilkan.

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.3.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh banyak perusahaan di dunia untuk dapat membangun reputasi dan meningkatkan keunggulan perusahaan dalam bersaing sehingga dapat menjadi perusahaan yang *Good Business* dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasional usaha dan interaksi mereka dengan para *stakeholder*. CSR perusahaan memiliki konsep lebih luas sebagai tugas manajerial untuk melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* dalam Radito dan Famiola (2013:12) mendefinisikan CSR sebagai komitmen kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para tenaga kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan mereka.

Menurut *World Bank*, CSR adalah komitmen dari bisnis untuk berkontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan sehingga berdampak bagi perusahaan sekaligus bagi kehidupan sosial. Kotler dan Nancy dalam Gassing dan Suryanto (2016:163) sendiri

mengungkapkan bahwa “*Corporate Social Responsibility is the company’s commitment to improving the welfare of the community through good business practices and contribute some corporate resources*”

Hopkins mendefinisikan CSR adalah berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*) baik yang berada di dalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan secara etis dan secara bertanggung jawab dengan memperlakukan *stakeholders* dengan cara yang baik dan bisa diterima (Azheri, 2012: 21).

Menurut Parengkuan (2017: 566) “CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan”. Schernerhorn menyatakan bahwa CSR adalah suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara mereka masing-masing dalam melayani kepentingan organisasi dari kepentingan public eksternal. Perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan (Buchari dkk, 2014:404).

Definisi lain CSR dari ISO 26000 adalah tanggung jawab sebuah organisasi terkait dengan dampak, keputusan, kegiatan dan kegiatan di masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis yang memberikan yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, memperhitungkan harapan pemangku kepentingan, sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku

internasional, serta terintegrasi di seluruh organisasi dan dipraktikkan dalam hubungannya (Radyati, 2013: 209).

Maka dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk rasa tanggung jawab dan kepedulian atas bisnis yang mereka dirikan dan jalankan terhadap kesejahteraan *stakeholder* dan keberlangsungan hidup yang harus diimplementasikan melalui pengambilan sebagian laba yang mereka dapat untuk pemecahan isu-isu sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan. Pada dasarnya tujuan utama pelaksanaan CSR ialah terciptanya pengertian, kerjasama dan niat baik sehingga tercipta citra positif di mata publik terhadap suatu perusahaan.

2.1.3.2 Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Ruang lingkup tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 mencakup tujuan bidang utama, yakni: tata kelola perusahaan; hak asasi manusia, praktek tenaga kerja, lingkungan, pengembangan komunitas, praktek perdagangan yang adil, serta isu konsumen. Selain itu kepatuhan pada hukum dan peraturan merupakan bagian dari tanggung jawab sosial (Radyati, 2014: 209).

Menurut Ernawan (2011:166-167) terdapat empat gagasan yang lebih komprehensif mengenai ruang lingkup tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

- a) Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.
- b) Keuntungan ekonomis, karena akan menimbulkan citra positif perusahaan, hal ini akan membuat masyarakat lebih menerima kehadiran produk perusahaan.
- c) Memenuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat, baik dalam kegiatan bisnis atau kegiatan sosial, agar bisnis berjalan secara baik dan teratur.

- d) Hormat pada hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak-pihak tertentu yang terkait dengan kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

Keempat gagasan tersebut setidaknya diterapkan perusahaan dan harus seimbang karena hal tersebut dapat menjadi pertimbangan kelancaran suatu usaha. Apabila perusahaan hanya menjalankan salah satunya saja dan mengunggulkannya, tentu saja dapat terjadi kesenjangan pada gagasan lainnya dan dapat menghambat jalannya kegiatan usaha.

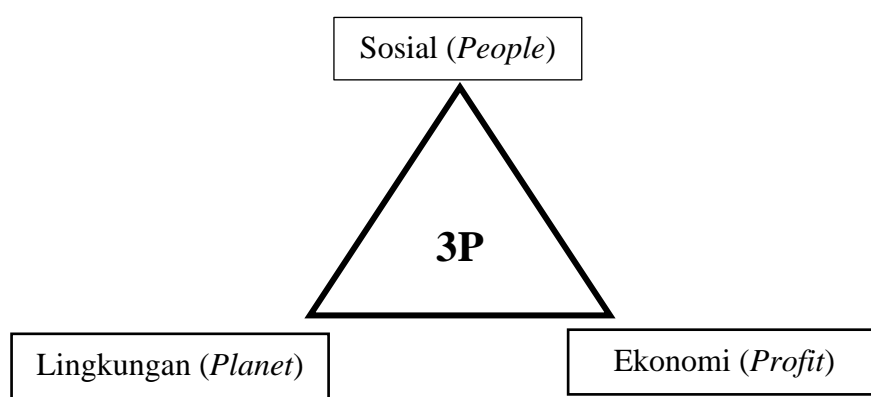
2.1.3.3 Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kebijakan CSR harus menjadi kebijakan umum yang harus dilaksanakan oleh setiap perusahaan dengan prinsip bahwa CSR merupakan bagian dari strategi bisnis perusahaan, investasi sosial perusahaan, juga untuk memperoleh *license to operate* perusahaan dari masyarakat. Perusahaan harus berupaya menarik simpati masyarakat sekitar akan keberadaannya ditengah kehidupan mereka dimana hal ini bertujuan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

Sebuah konsep tentang CSR yang terkenal adalah konsep "*Triple Bottom Line*" yang dikemukakan oleh Elkington dalam buku *Cannibals with Forks*. Elkington sendiri merupakan pendiri SustainAbility, yaitu perusahaan konsultan yang membantu perusahaan-perusahaan lain dalam mengintegrasikan kegiatan CSR dalam kegiatan bisnisnya. Konsep tersebut mengakui bahwa jika perusahaan ingin berkelanjutan perlu memperhatikan 3P, yaitu bukan cuma mengejar keuntungan (*profit*), namun perusahaan juga harus memberikan kontribusi positif untuk kesejahteraan masyarakat (*people*), dan ikut berkontribusi secara aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Hadi, 2014: 56).

Setiap perusahaan menerapkan konsep *Triple Bottom Line* guna menyeimbangi antara aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan. Konsep ini nampaknya cukup direspon oleh banyak kalangan karena mengandung strategi integral dengan memadukan antara motif sosial dengan motif ekonomi.

Gambar 2.2 mengisyaratkan bahwa terjadi konektivitas secara integral antara kepedulian masyarakat, menjaga keseimbangan lingkungan dan upaya mengenai laba perusahaan.



Sumber : Elkington dalam Wibisono (Hadi, 2014: 57)

Gambar 2.2 Konsep *Triple Bottom Line*

Profit, merupakan satu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai perusahaan, bahkan *mainstream* ekonomi yang dijadikan pijakan filosofis operasional perusahaan, profit merupakan orientasi utama perusahaan. Meskipun dengan berjalannya waktu menuai protes banyak kalangan, yang tidak relevan menjadi dasar strategi operasional perusahaan. Mana mungkin perusahaan tanpa didukung oleh kemampuan mencetak keuntungan yang memadai mampu menjamin dan mempertahankan *going concern*. Peningkatan kesejahteraan personil dalam perusahaan, meningkatkan kesejahteraan pemilik (*shareholders*), peningkatan kontribusi bagi masyarakat lewat pembayaran pajak, melakukan ekspansi usaha dan kapasitas produksi membutuhkan sumber dana, yang hal itu bisa dilakukan

manakala didukung oleh kemampuan menciptakan keuntungan (*profit*) perusahaan (Hadi, 2014:57).

People, merupakan lingkungan masyarakat (*community*) dimana perusahaan berada. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan. Dengan demikian, *community* memiliki interelasi kuat dalam rangka menciptakan nilai bagi perusahaan. Hampir tidak mungkin, perusahaan mampu menjalankan operasi secara *survive* tanpa didukung oleh masyarakat sekitar perusahaan. Disitulah letak terpenting dari kemauan dan kemampuan perusahaan dalam mendekati diri dengan masyarakat lewat strategi *social responsibility* (Hadi, 2014:58).

Planet, merupakan lingkungan fisik (sumberdaya fisik) perusahaan. Lingkungan fisik memiliki signifikansi terhadap eksistensi perusahaan. Mengingat, lingkungan merupakan tempat dimana perusahaan menopang. Satu konsep yang tidak bisa diniscayakan adalah hubungan perusahaan dengan alam yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, eksploitasi tanpa batas keseimbangan, cepat atau lambat akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat (Hadi, 2014:58).

2.1.3.4 Jenis-jenis Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Fahmi (2014:293-294) mengemukakan jenis-jenis Program CSR sebagai berikut :

a) *Corporate Social Responsibility* Pendidikan

CSR Pendidikan sebagai salah satu pilar pembangunan bangsa, pendidikan tidak bisa diabaikan oleh perusahaan dalam menerapkan CSR. Maka tidak mengherankan pendidikan adalah bidang yang tidak terlewatkan dalam implementasi *Corporate social responsibility* (CSR) setiap perusahaan.

b) *Corporate Social Responsibility Kesehatan*

CSR Kesehatan merupakan peningkatan kesehatan suatu penduduk sebagai salah satu target perusahaan sehingga sudah seharusnya program-program *Corporate Social Responsibility* tidak meninggalkan programnya di bidang kesehatan.

c) *Corporate Social Responsibility Lingkungan*

CSR Lingkungan adalah tanggung jawab terhadap perlindungan lingkungan sering kali dianggap berada di ranah publik. Di masa lalu pemerintah dipandang sebagai aktor utama yang mengadopsi perilaku ramah lingkungan, sementara itu pihak swasta hanya dilihat sebagai timbulnya masalah-masalah lingkungan, namun kini terbalik, kiprah perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan secara ekonomi, sosial dan lingkungan global mulai nyata. Dengan demikian, program-program CSR tidak bisa meninggalkan implementasinya khususnya di bidang lingkungan.

d) *Corporate Social Responsibility Ekonomi*

Peningkatan taraf hidup masyarakat di bidang ekonomi seharusnya menjadi perhatian penting bagi setiap pemangku kebijakan *Corporate Social Responsibility*, peningkatan pendapatan ekonomi bisa diterapkan dengan mengembangkan Lembaga Keuangan Mikro, Bantuan Modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat

2.1.3.5 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

David dalam Hadi (2014:59-60) menjelaskan bahwa program CSR memiliki prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*), yaitu:

- a) *Sustainability*, yaitu berkaitan dengan bagaimana perusahaan berupaya melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan sumber daya kedepannya. *Sustainability* menekankan pada keberpihakan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi mendatang.
- b) *Accountability*, merupakan upaya yang dilakukan perusahaan terbuka untuk bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan.

Akuntabilitas diperlukan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholders*)
- c) *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas berikut dampak terhadap pihak eksternal.

2.1.3.6 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Fahmi (2014:83) mengemukakan bahwa manfaat dari implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdiri atas :

- a) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan.
- b) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- c) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional perusahaan.
- e) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- f) Mereduksi biaya, misalnya terkait dengan dampak pembuangan limbah.
- g) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.

- h) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- i) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- j) Peluang mendapatkan penghargaan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* memberikan manfaat kepada kedua belah pihak baik perusahaan maupun masyarakat. Dimana masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidupnya sedangkan perusahaan memperoleh penilaian yang positif dari masyarakat sehingga menimbulkan citra yang baik terhadap perusahaan dan menjamin kelangsungan usaha.

2.1.4 Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan

Global Compact Initiative dalam Azheri (2012:35) menegaskan tentang 3P sebagai tiga pilar CSR dengan menyatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk mencari laba (*profit*), menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan kehidupan (*planet*). Maka berdasarkan tiga pilar itu diwujudkan dalam 3 dimensi CSR yang dikemukakan oleh Wibisono (2007) dalam Azheri (2012:35) yaitu, Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan.

2.1.4.1 Aspek Sosial

Keberadaan perusahaan sangat penting pengaruhnya bagi keberlangsungan lingkungan sekitarnya yaitu masyarakat (*stakeholders*). Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap intern perusahaan dengan mendatangkan keuntungan yang besar, tetapi juga harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat sekitarnya sebab akan memberi dampak signifikan bagi keuntungan maupun reputasi perusahaan. Sebab kesuksesan sebuah

perusahaan, tidak hanya ditentukan dari keberhasilan menjalankan bisnisnya semata. Tetapi ia juga di dukung kemampuan dalam menyukseskan program pemberdayaan masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Pada aspek sosial menurut Juri, Mat dan Sailawati (2020:435) menyatakan bahwa CSR dibidang sosial dapat meningkatkan *Corporate Image*, misalnya perusahaan yang telah memberikan tunjangan/beasiswa bagi keluarga karyawan atau kepada masyarakat dan pendirian sarana pendidikan dan kesehatan. Cara pandang mereka terhadap perusahaan tentu akan berbeda, secara tidak langsung maka citra perusahaan juga akan meningkat. *Sustainability* sosial, terkait dengan upaya perusahaan dalam mengutamakan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat. *Sustainability* sosial ini harus dijaga oleh perusahaan antara lain dengan cara mendukung upaya-upaya pengembangan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat juga penegakan Hak Asasi Manusia, pembangunan regional suatu Negara dan melakukan persaingan usaha yang sehat.

Menurut Azheri (2012:35) kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Sosial yang menjadi alat/pengukuran CSR antara lain :

1. Pendidikan dan pelatihan, seperti program beasiswa atau anak asuh, bantuan sarana dan prasarana pendidikan, bantuan perpustakaan sekolah, pelatihan keterampilan,dll.
2. Kesehatan, seperti pengobatan umum, khitanan massal, program kegiatan olahraga dan bantuan sarananya, dll.
3. Kesejahteraan sosial;
4. Keagamaan dan Kebudayaan.

2.1.4.1 Aspek Ekonomi

Sustainability ekonomi sebagai dasar bagi perusahaan dalam menjaga keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Pada aspek ekonomi dari *corporate social responsibility* (CSR) meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan dengan berkomitmen membantu mensejahterakan masyarakat melalui beberapa program-program CSR dengan dana yang di peroleh dari perusahaan. Aspek ekonomi tidak sederhana melaporkan keuangan/neraca perusahaan saja, tetapi juga meliputi dampak ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di komunitas lokal dan di pihak-pihak yang berpengaruh terhadap perusahaan lainnya. Kunci sukses dari aspek ekonomi adalah *economic performance*/kinerja keuangan perusahaan yang menyatakan perusahaan juga harus menyadari baik secara langsung maupun tidak langsung bahwa profit yang diperoleh tidak terlepas dari dukungan *stakeholder* / masyarakat maka perusahaan sudah selayaknya menyisihkan sedikit keuntungannya untuk kepentingan *stakeholders* dalam pengembangan ekonomi mereka.

Menurut Azheri (2012:35) kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Ekonomi yang menjadi alat/pengukuran CSR antara lain :

1. Kemitraan usaha;
2. Pengembangan wirausaha;
3. Agribisnis;
4. Pembukaan lapangan kerja;
5. Sarana dan prasarana ekonomi..

PT. Ukindo Blankahan sendiri mengimplementasikan CSR mereka pada aspek ekonomi melalui kemitraan usaha yaitu suatu bentuk kegiatan yang bertujuan meningkatkan perekonomian masyarakat dimana kegiatan ini adalah Pembangunan sarana dan prasarana ekonomi berupa kebun masyarakat / kebun plasma dan pembangunan yaitu kebun kas desa untuk kepentingan masyarakat desa.

2.3.1.2 Aspek Lingkungan

Ada 3 (tiga) pandangan teori menurut Juri dan Sailawati (2020:435) mengenai etika lingkungan, sebagaimana diuraikan berikut:

- a) Teori Antroposentrisme, yaitu segala sesuatu yang lain di alam semesta ini hanya mendapat perhatian dan nilai sejauh menunjang kepentingan manusia. Bagi teori ini etika hanya berlaku bagi manusia, segala tuntutan terhadap kewajiban dan tanggung jawab moral manusia terhadap lingkungan hidup dianggap sesuatu yang berlebihan, walaupun ada itu semata demi memenuhi kepentingan sesama manusia.
- b) Teori Biosentrisme. Teori ini menganggap alam mempunyai nilai pada dirinya sendiri lepas dari kepentingan manusia. Ketika hal terjadi maka menganggap setiap kehidupan dan makhluk hidup mempunyai nilai dan berharga pada dirinya sendiri. Alam perlu dilakukan secara moral terlepas dari apakah ia berguna atau tidak bagi manusia.
- c) Teori Ekosentrisme. Teori ini memusatkan perhatian kepada semua spesies, termasuk spesies bukan manusia, dan menekankan perhatiannya pada jangka panjang, mendukung suatu gaya hidup yang selaras dengan alam, dan sama-sama memperjuangkan isu lingkungan.

Berdasarkan teori diatas dijelaskan bahwa lingkungan tidak hanya untuk kepentingan manusia, melainkan juga untuk kepentingan lingkungan itu sendiri dan spesies lain seperti flora dan fauna harus dijaga kelestariaannya. Maka perusahaan harus memperhatikan dampak lingkungan dari operasional usahanya.

Implementasi CSR pada aspek lingkungan harus mampu menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan turut menyediakan sarana-sarana dalam menjaga lingkungan sekitar dan dapat mengelola limbah dan polusi dengan baik.

Menurut Azheri (2012:35) kegiatan *Corporate Social Responsibility* pada Aspek Lingkungan yang menjadi alat/pengukuran CSR antara lain

1. Penggunaan energi secara efisien;
2. Proses produksi yang ramah lingkungan;
3. Pengendalian polusi;
4. Penghijauan dan pelestarian alam;
5. Pengelolaan air;
6. Pengembangan ekowisata;

PT. Ukindo Blankahan mempraktikkan pertanian yang baik seperti tanpa pembakaran, pengelolaan hama terintegrasi, pembuatan teras tanah, dan daur ulang biomassa. Perusahaan memiliki program kegiatan CSR yang berkaitan langsung dengan pembenahan lingkungan dan pelestarian alam meliputi penghijauan dan pembersihan aliran sungai, pelestarian alam dan pengembangan ekowisata.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Untuk lebih memudahkan penelitian ini, penulis mengambil beberapa penelitian sebelumnya sebagai perbandingan dan sebagai pedoman. Penelitian yang dijadikan pembanding adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Variabel X	Variabel Y	Model Regresi	Hasil penelitian
1	Husni Wijaya, Edy Yulianto, dan Yusri Abdillah (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survei Pada Masyarakat Penerima Program CSR Pt. Pindad (Persero) Di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang)	Aspek Sosial (X ₁) Aspek Ekonomi (X ₂) Aspek Lingkungan (X ₃)	Citra Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Variabel CSR yaitu Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan, baik secara parsial maupun simultan.
2	Mat Juri dan Sailawati (2020)	Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea Kaltim Plantations)	Aspek Sosial (X ₁) Aspek Ekonomi (X ₂) Aspek Lingkungan (X ₃)	Citra Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya Variabel CSR aspek lingkungan yang berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.
3	Bayu Bajra, Zainul Arifin, dan Sunarti (2015)	Analisis Pengaruh CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus	Dukungan kepada masyarakat (X ₁) Lingkungan (X ₂)	Citra Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Variabel independent Dukungan kepada masyarakat dan Lingkungan

		Pada Masyarakat Sekitar Pt. Adaro Indonesia Di Kalimantan Selatan)				berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan.
4	Nanang A.S (2016)	Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi pada PG Kebon Agung Kabupaten Malang)	<i>Community Support</i> (X ₁) <i>Employee Support</i> (X ₂) <i>Environment</i> (X ₃)	Citra Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Variabel CSR <i>Community Support</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan. <i>Employee Support</i> dan <i>Environment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan.
5	Novia Dessy, Kadarisman Hidayat, dan Edy Yulianto (2017)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional (Survei Pada Konsumen Unilever Di Indonesia Mengenai Program “ <i>Project Sunlight</i> ” PT Unilever Indonesia Tbk.).	Aspek Ekonomi (X ₁) Aspek Lingkungan (X ₂) Aspek Sosial (X ₃)	Citra Perusahaan	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel bebas yaitu variabel CSR yang terdiri dari Ekonomi Lingkungan, dan Sosial terhadap variabel Citra Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk

2.3 Kerangka Konseptual

Citra perusahaan merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang selanjutnya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan salah satu perangkat kuat atas keberlangsungan usaha suatu perusahaan serta memberikan penilaian positif dari masyarakat terhadap perusahaan dalam jangka panjang. Pencitraan yang terbentuk dengan baik maka akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan perusahaan.

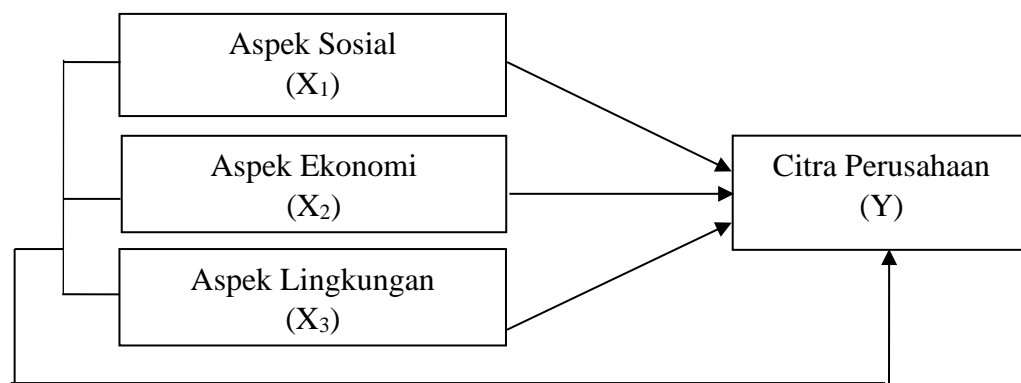
Seperti klasifikasi dimensi CSR dari *Global Compact Initiative* (GCI) dalam Azheri (2012:35) menegaskan tentang konsep *Triple Bottom Lines* sebagai tiga pilar CSR dengan pengukuran kinerja CSR yaitu, Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan. Oleh karena itu, implementasi CSR harus memenuhi ketiga aspek tersebut.

Implementasi CSR dalam Aspek sosial memiliki arti bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan. Apabila aspek sosial dalam CSR pada perusahaan tinggi, maka citra perusahaan akan mengalami suatu peningkatan (Aryawan, 2017:617). Menurut Aryawan (2017:628) “Aspek ekonomi dari *corporate social responsibility* (CSR) meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap operasional perusahaan di masyarakat”. Oleh karena itu, apabila aspek ekonomi dalam CSR tinggi pada suatu perusahaan maka citra perusahaan juga akan meningkat. Mardikanto (2014:149) menyatakan bahwa aspek lingkungan merupakan kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasional perusahaan, menghilangkan emisi dan limbah, dan mengurangi praktik yang berdampak negatif. Apabila suatu perusahaan yang memiliki aspek

lingkungan yang tinggi dalam program CSRnya maka memiliki dampak terhadap citra perusahaannya yang semakin meningkat.

Wijaya, dkk (2015) “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survei Pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. Pindad (Persero) Di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang)” Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri atas Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan terhadap Citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan. Namun didapatkan bahwa variabel Aspek Ekonomi mempunyai pengaruh yang paling kuat dan dominan karena mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar.

Berdasarkan teori-teori yang dikemukakan dan hasil penelitian terdahulu maka kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar 2.3 dibawah ini:



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual di atas merupakan gambaran dimana *Corporate Social Responsibility* memiliki beberapa alat/dimensi yaitu Aspek Sosial, Aspek Lingkungan, dan Aspek Ekonomi. Dimana ketiga dimensi *Corporate Social Responsibility* tersebut akan diukur mengenai pengaruhnya terhadap citra perusahaan.

2.4 Hipotesis

Menurut Rusiadi (2017:79) “ Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya”.

Dengan adanya pendapat tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Aspek Sosial secara Parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap Citra Perusahaan PT. Ukindo Blankahan.
2. Variabel Aspek Ekonomi secara Parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap Citra Perusahaan PT. Ukindo Blankahan.
3. Variabel Aspek Lingkungan secara Parsial berpengaruh positif secara signifikan terhadap Citra Perusahaan PT. Ukindo Blankahan.
4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan secara Simultan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Citra Perusahaan PT. Ukindo Blankahan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif yang bersifat asosiatif, yaitu metode yang berdasarkan penyelidikannya menggunakan data kuantitatif. Menurut Rusiadi (2017:14) “Penelitian Asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lingkungan sekitar PT. Ukindo Blankahan Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Desember tahun 2020 sampai dengan bulan Juni 2021 seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Skedul Proses Penelitian

Aktivitas	2020	2021														
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt					
Riset awal/Pengajuan judul																
Penyusunan Proposal																
Bimbingan Proposal																
Seminar Proposal																
Perbaikan Acc Proposal																
Pengolahan Data																
Penyusunan Skripsi																
Bimbingan Skripsi																
Sidang Meja Hijau																

3.3 Populasi dan Sampel/Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Rusiadi (2017:30) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di 3 Desa dalam Ring 1 (10 km) sekitar perkebunan dan pabrik kelapa sawit yang telah mengetahui kegiatan CSR yaitu, pada Desa Blankahan, Parit Bindu, dan Sukadamai Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat. Peneliti mengambil 3 lokasi tersebut karena pabrik kelapa sawit (PKS) PT Ukindo Blankahan berada di Desa Blankahan yang merasakan langsung dampak operasional perusahaan, Desa Suka Damai dan Parit Bindu yang terletak di bagian selatan perusahaan dan banyaknya mobil besar yang berlalu lintas membuat masyarakat setempat terganggu. Berikut adalah tabel jumlah penduduk yang merupakan populasi pada penelitian ini :

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk di Desa sekitar Perkebunan

No	Nama Desa	Jumlah Penduduk
1	Desa Blankahan	1721
2	Desa Parit Bindu	1222
3	Desa Suka Damai	2034
Total		4977

Sumber: Data Penduduk Kecamatan Kuala 2020

b. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya. Menurut Rusiadi (2017:31) “Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dipilih oleh populasi tersebut”.

Berdasarkan data yang diperoleh , maka untuk menghitung jumlah sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya digunakan rumus slovin dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, yakni sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = jumlah populasi

n = sampel

d² = presisi (digunakan 90% atau sig 0,1)

$$n = \frac{4977}{4977 \cdot 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{4977}{50,77}$$

$$n = 98,03 = 98 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98 orang.

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan sebagai berikut :

a) *Purposive Sampling*

Yaitu penarikan sampel yang digunakan sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian, kriteria sampel dalam penelitian ini adalah :

- Masyarakat yang ada di Desa Blankahan, Suka Damai dan Parit Bindu
- Masyarakat yang mengetahui bantuan program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

b) *Accidental Sampling*

Yaitu teknik penarikan sampel yang digunakan dengan memilih siapa aja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel.

3.3.2 Jenis Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sujarweni (2015:89) Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung melalui objek penelitian berupa wawancara dan menyebar kuesioner atau angket sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang dimaksudkan untuk menyaring data dari masyarakat sekitar PT. Ukindo Blankahan yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti.

2. Data Sekunder

Menurut Sujarweni (2015:89) Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Maka dalam penelitian ini data sekunder yang peneliti ambil dari berbagai sumber, diantaranya; data-data yang didapat dari PT. Ukindo Blankahan, literatur keperpustakaan seperti buku, artikel, atau referensi dari berbagai sumber yang berkaitan dengan skripsi ini.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu Implementasi CSR terdiri dari: Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3) serta 1 (satu) variabel terikat yaitu Citra Perusahaan.

3.4.2 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan Operasionalisasi adalah serangkaian langkah-langkah prosedur dan sistematis yang menggambarkan kegiatan untuk mengukur dan mendapatkan ekstensi empiris dari suatu konsep.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variabel Konseptual	Definisi Koseptual	Dimensi / Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. <i>Global Compact Initiative</i> (GCI) menegaskan bahwa konsep <i>Triple Bottom Lines</i> oleh Elkington merupakan 3 pilar sebagai dimensi/alat pengukuran yaitu Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan. (Azheri, 2012:35)	Aspek Sosial (X1)	Tanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap bidang pendidikan, keagamaan, kesehatan, kesenian budaya, olahraga, dan kegiatan sosial lainnya. (Made, 2017:621)	<ul style="list-style-type: none"> • Pendidikan masyarakat • Kesehatan • Kesejahteraan sosial • Keagamaan dan kebudayaan 	<i>Likert</i>
		Aspek Ekonomi (X2)	Dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan dengan komitmen mensejahterakan masyarakat melalui beberapa program CSR dengan dana yang diperoleh dari perusahaan. (Mat Juri dan Sailawati, 2020:435)	<ul style="list-style-type: none"> • Kemitraan usaha • Pembinaan Wirausaha • Agribisnis • Pembukaan lapangan kerja • Sarana dan prasarana ekonomi 	<i>Likert</i>

		Aspek Lingkungan (X3)	Adalah mampu menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan turut menyediakan sarana-sarana dalam menjaga lingkungan sekitar dan dapat mengelola limbah dan polusi dengan baik. (Wijaya, Husni dkk, 2015:4)	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan energi secara efisien • Proses produksi ramah lingkungan • Pengendalian limbah • Penghijauan dan pelestarian alam • Pengelolaan air • Pengembangan ekowisata 	<i>Likert</i>
Citra Perusahaan (Y)			Adalah kesan dan pandangan seseorang atau masyarakat secara luas terhadap PT. Ukindo Blankahan akibat dari keberadaan perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan publik • Realitas • Kerjasama • Kesadaran 	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, Peneliti melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti untuk dapat dijadikan sumber data.
2. Wawancara, Untuk memperoleh data yang objektif, peneliti membutuhkan informasi melalui wawancara dengan bagian CSR PT. Ukindo – Blankahan.
3. Angket/Kuesioner, yaitu memberi dan menyebarkan daftar kuesioner kepada sampel penelitian, untuk mendapatkan data primer.

Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sujarweni, 2015:104). Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

Adapun penentuan skor dari pernyataan yang ditentukan adalah:

- a) Alternatif jawaban “Sangat setuju” diberi skor tertinggi 5;
- b) Alternatif jawaban “Setuju” diberi skor tinggi 4;
- c) Alternatif jawaban “Ragu-ragu/Netral”diberi skor 3;
- d) Alternatif jawaban “Tidak setuju” diberi skor rendah 2;
- e) Alternatif jawaban “Sangat tidak setuju” diberi skor terendah 1.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis kuantitatif untuk mengukur ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yaitu Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan terhadap variabel terikat yaitu Citra Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda (*Multiple Regretion*) dengan menggunakan bantuan program computer yaitu *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

3.6.1 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018) statistik deskriptif adalah statistik untuk menggambarkan ataupun mendeskripsikan data menjadi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Tujuan analisis deskriptif dari penelitian ini adalah untuk mendeskriptifkan atau menggambarkan suatu data dalam variabel yang dilihat dari nilai distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel.

3.6.2 Uji Kualitas Data

Tujuan uji kualitas data yang dipergunakan pada penelitian apakah memenuhi kecukupan. Kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen penelitian yang telah disusun benar-benar akurat, sehingga mampu mengukur apa yang seharusnya diukur variabel kunci yang sedang diteliti. Uji ini menggunakan korelasi *Bivariate Pearson Produk Momen Pearson* dan *Corrected Item-Total Correlation*. Priyatno 2008 mengemukakan "...kriteria pengujiannya dengan taraf signifikansi 5 atau 0,05 yaitu Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen pertanyaan-pertanyaan kuesioner berkorelasi terhadap skor total dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen pertanyaan-pertanyaan kuesioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid".

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan setelah pengujian validitas instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach's Alpha* yaitu metode yang digunakan untuk menguji kelayakan terhadap konsistensi seluruh skala yang digunakan di dalam penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan telah reliabel bila nilai koefisien realibilitasnya lebih besar dari $>0,6$ dengan bantuan program SPSS.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, untuk menghasilkan suatu model yang baik dan dapat diperkirakan efisien maka analisis regresi linear berganda membutuhkan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu. Tujuannya adalah untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik, apabila terjadi penyimpangan dalam asumsi klasik perlu dilakukan perbaikan terlebih dahulu.

Pengujian asumsi klasik ini meliputi : Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya berdistribusi normal atau tidak (Ghozali,2015). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* satu arah dengan melihat hasil signifikansinya. Pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut:

- Jika $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal
- Jika $p > 0,05$ maka distribusi data normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel independen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi antar variabel-variabel independen yang akan digunakan dalam persamaan regresi dengan menghitung nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Information Factors*). Apabila VIF >10 , maka

dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas dan apabila nilai *tolerance* <0,1 maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari Multikolinearitas (Ghozali,2015).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear kesalahan pengganggu (e) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas. (Ghozali, 2015)

Pendeteksian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji hubungan/korelasi/pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model atau rumus yang digunakan untuk menganalisis dengan Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Penjelasan :

Y = Citra Perusahaan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel X_1

β_2 = Koefisien regresi variabel X_2

β_3 = Koefisien regresi variabel X_3

X_1 = Variabel Aspek Sosial

X_2 = Variabel Aspek Ekonomi

X_3 = Variabel Aspek Lingkungan

e = Error of term

3.6.5 Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Menurut Rusiadi (2017:234) “Uji statistik t pada intinya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen”. Dalam penelitian ini uji (t) digunakan untuk menjawab hipotesis pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3) terhadap variabel terikat Citra Perusahaan (Y) secara parsial (individu).

Adapun pengambilan keputusan dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , dengan kriteria sebagai berikut:

H_0 : ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a : diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. Uji Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Rusiadi, 2017:234). Uji F pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$). Jika probabilitas $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (H_a diterima). Jika probabilitas $> 0,05$ dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (H_0 ditolak).

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel bebas menjelaskan variabel terikat (Rusiadi, 2017:269). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil mengartikan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan demikian, baik atau buruknya suatu persamaan regresi ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu. Hasil pengujian ini dapat dilihat berdasarkan hasil nilai *R Square* pada hasil pengolahan SPSS.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Perkembangan PT Ukindo Blankahan

PT. United Kingdom Indonesia Plantations (UKINDO) merupakan perusahaan swasta milik nasional yang tergabung dalam *Anglo Eastern Plantations* (AEP GROUP) yang bergerak dalam bidang industri dan perkebunan kelapa sawit, yang berstatus penanaman modal asing (No. 87/II/PMA/1998 tanggal 14 Juli 1998) dengan produk berupa tandan buah segar dari perkebunan serta CPO dan Kernel dari pabrik kelapa sawit yang berkantor di gedung Wisma HSBC Lantai.III, Jalan Diponegoro Kav.11 Medan. PT Ukindo Blankahan didirikan berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia, dan berkedudukan hukum di Medan, Sumatera Utara dengan akta pendirian No 164 tanggal 30 Agustus 1997 yang dibuat dihadapan notaris Abdul Latif di Jakarta, dimana akta tersebut telah disetujui oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan keputusan Menteri Kehakiman No. Y.A 5/120/13 tanggal 8 Mei 1978.

Akta No 164 tanggal 30 Agustus 1997 tersebut telah mengalami beberapa kali perubahan. Perubahan yang terakhir adalah Akta No 23 tanggal 14 Juni 2012 yang dibuat oleh notaris Amelia Kasih, SH.,M.Kn di Bekasi yang telah disahkan oleh Kementerian Hukum dan HAM No. AHU-AH.01.10-26939 tanggal 23 Juli 2012.

PT. United Kingdom Indonesia (UKINDO) sebagai perusahaan yang bergerak dibidang usaha perkebunan dan pengolahan kelapa sawit selalu berupaya

berkomitmen menghasilkan minyak kelapa sawit yang berkelanjutan lestari (*Sustainability*). PT United Kingdom Indonesia (UKINDO) juga berkomitmen dan konsisten dalam melakukan pelestarian lingkungan dengan menghindari segala bentuk tindakan pencemaran lingkungan, seperti tidak melakukan pembakaran areal kebun, pengidentifikasian konservasi tinggi, pemeliharaan areal konservasi, pengelolaan sampah, baik dengan pemisahan sampah organik dan anorganik hingga melakukan pengolahan Limbah Bahan Berbahaya dan Beracun (LB3) dengan baik serta menyediakan TPS LB3 yang memiliki izin dengan pengolahan sesuai perundang-undangan serta tindakan lainnya yang bertujuan untuk pelestarian lingkungan.

4.1.1.2 Visi dan Misi PT. Ukindo Blankahan

a. Visi

Globalisasi ekonomi yang berjalan dengan cepat, sangat berpengaruh bagi perkembangan perekonomian di Indonesia, maka PT. Ukindo dengan Visi : *"To be a world class agribusiness company. A leading company with operational excellence standards that bring out maximum prosperity for all stakeholders"* berkomitmen meningkatkan sistem manajemen mutu dan lingkungan.

b. Misi

3M+, Managing people, Managing Plantation, Managing Infrastructure + Good Corporate Citizenship.

4.1.1.3 Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Ukindo Blankahan bergerak dalam bidang pengolahan Tandan Buah Segar (TBS) menjadi minyak kelapa sawit atau *Crude Palm Oil* (CPO) dan Kernel. PT. Ukindo Blankahan memiliki kebun kelapa sawit sendiri, sehingga TBS yang

dihasilkan dapat dijaga kualitasnya. Selain itu, PT Ukindo Blankahan juga menerima kelapa sawit dari petani setempat dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.

Pada saat ini PT. Ukindo Blankahan juga mengembangkan usahanya dengan mengelola limbah padat dan cair sehingga menjadi hasil produksi yang juga dijual, yaitu limbah padat Tandan Kosong diolah menjadi DLF (*Dry Long Fiber*) dan limbah cair dari pengolahan kelapa sawit yang menghasilkan gas metan untuk menggerakkan *Engine Gas* yang menghasilkan daya listrik / PLTBg (Pembangkit Listrik Tenaga Biogas). Untuk pemasaran produk, PT Ukindo Blankahan memasarkan produknya dengan cara melakukan penjualan secara kontrak terhadap konsumen berupa perusahaan.

Hal ini membuktikan bahwa PT Ukindo Blankahan sangat menjaga lingkungan di sekitarnya dengan tidak membuang sampah limbah di sepanjang aliran sungai yang menyambung beberapa desa di Desa Blankahan Kecamatan Kuala.

4.1.1.4 Lokasi Perusahaan dan Daerah Pemasaran

PT. Ukindo Blankahan berlokasi di Desa Blankahan. Kecamatan Kuala, Kanupaten Langkat, Sumatera Utara yang mana memiliki luas lahan \pm 800 hektar, dengan perincian \pm 700 hektar merupakan kebun kelapa sawit dan \pm 100 hektar merupakan fasilitas pendukung, seperti pabrik dan kantor.

Metode penjualan yang diterapkan PT. Ukindo Blankahan merupakan sistem kontrak, sehingga perusahaan dituntut untuk menjaga konsistensi kualitas produk.

Ada tiga konsumen utama yang membeli minyak CPO yaitu PT Musim Mas, PT. Berlian Eka Sakti Tunggal (PT. BEST) dan PT. Pasifik Palmindo Indonesia. Konsumen datang membeli minyak CPO langsung menuju pabrik dengan jadwal yang ditentukan sesuai dengan kontrak.

Selain itu, hasil produksi berupa kernel juga dijual kepada beberapa perusahaan yaitu PT. Smart, Tbk, PT. Musim Mas, dan PT Multimas Nabati Asahan. Serta ampas kelapa sawit dan cangkang dapat dijual juga sebagai penambahan pendapatan disamping penjualan CPO dan Kernel.

Untuk hasil produksi Pabrik Biomas yaitu DLF (*Dry Long Fiber*) di ekspor ke luar Indonesia sesuai dengan kontrak penjualan sedangkan daya listrik dari PLTBg (Pembangkit Listrik Tenaga Biogas) dijual ke PT. PLN (Persero).

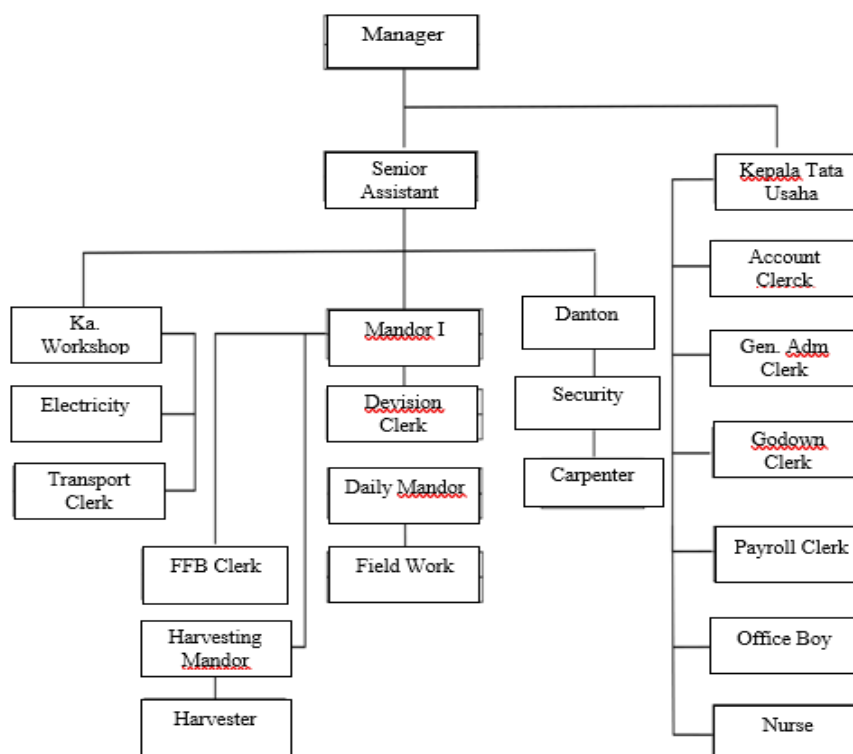
4.1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan baik perusahaan pemerintah maupun swasta mempunyai struktur organisasi, karena perusahaan juga merupakan organisasi. Organisasi adalah suatu sistem dari aktivitas kerjasama yang terorganisasi, yang dilaksanakan oleh sejumlah orang untuk mencapai tujuan bersama. Dalam struktur organisasi akan dapat dilihat hubungan dan kerjasama dalam suatu organisasi. Struktur organisasi merupakan bahan yang memberikan gambaran secara skematis tentang penetapan dan pembagian pekerjaan yang harus dilakukan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan serta menetapkan hubungan antara unsur-unsur organisasi secara jelas dan terperinci. Bagan organisasi menunjukkan:

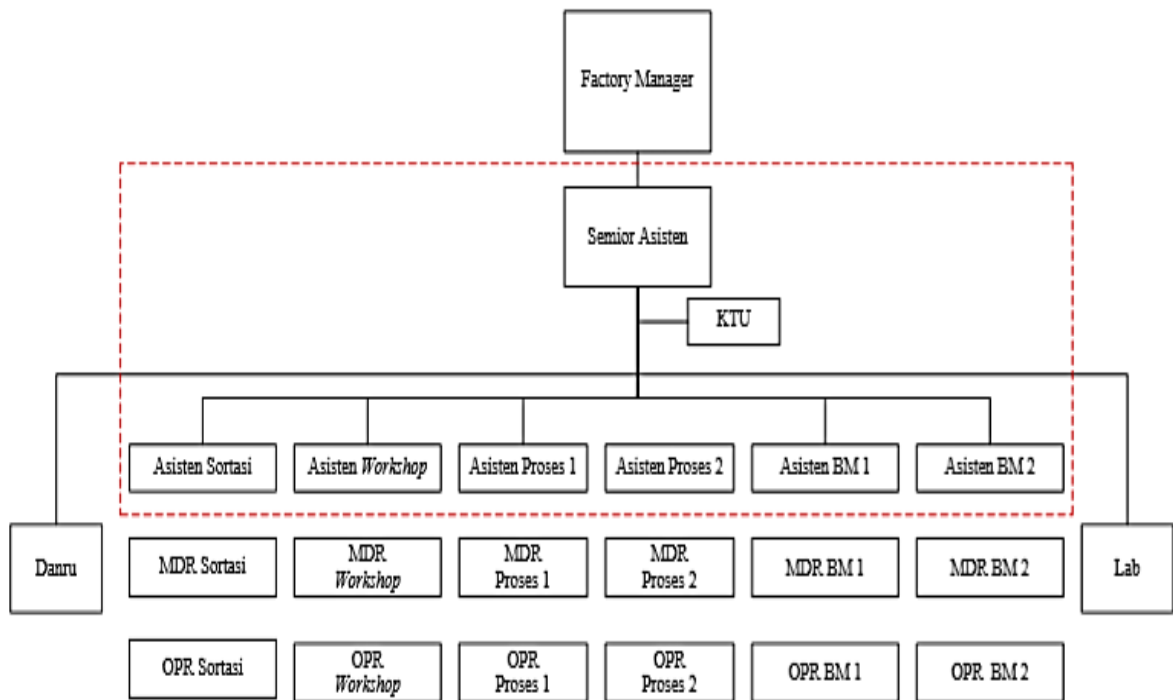
1. Pembagian kerja
2. Pimpinan dan bawahan
3. Tipe pekerjaan yang dilaksanakan

4. Pengelompokan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilaksanakan
5. Tingkatan-tingkatan dalam manajemen

Struktur organisasi di PT. Ukindo Blankahan bersifat organisasi lini dan fungsional, dimana organisasi lini berarti pelimpahan wewenang langsung secara vertikal dan sepenuhnya dari kepemimpinan terhadap bawahannya, sedangkan organisasi fungsional berarti pelimpahan wewenang dari pemimpin tertinggi kepada kepala bagian yang mempunyai jabatan fungsional untuk dikerjakan kepada para pelaksana yang mempunyai keahlian khusus. PT Ukindo Blankahan yang terdiri dari Estate dan Mill memiliki struktur organisasi masing-masing dapat dilihat pada gambar 4.1 dan 4.2 berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Ukindo Blankahan Estate



Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Ukindo Blankahan Mill

Pembagian tugas yang di berikan kepada setiap pemimpin maupun bawahan memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda dalam memajukan perusahaan, walaupun begitu PT. Ukindo Blankahan memiliki satu tujuan perusahaan yang sama yang harus dilakukan secara terus menerus dengan aktif dan konsisten agar terbentuknya tanggung jawab sosial yang berkelanjutan dengan memberikan apa yang dibutuhkan oleh setiap masyarakat maupun karyawan dalam perusahaan. Wewenang yang dimiliki oleh setiap pemimpin dapat menjadi sarana untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari setiap masyarakat sehingga menimbulkan respon yang baik untuk sebuah perusahaan dalam menjaga eksistensinya dalam tanggung jawab sosial melalui program-program *corporate social responsibility* yang di implementasikan oleh perusahaan.

4.1.1.6 Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT. Ukindo

Blankahan

a) Latar Belakang

Kegiatan operasional perusahaan yang berada di sekitar lingkungan masyarakat yang beragam kondisi kehidupannya secara umum masih kurang dalam aspek sosial, kesehatan, pendidikan, ekonomi maupun rentan terhadap bencana. Hal ini perlu mendapat perhatian dari perusahaan, sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki tanggung jawab sosial. Program CSR merupakan salah satu program yang bisa meningkatkan hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat serta lingkungan sekitarnya. Mengikuti prinsip ekonomi, keterbatasan sumber daya yang dimiliki harus disertai dengan program CSR untuk semaksimal mungkin memberikan manfaat kepada masyarakat yang pada akhirnya juga akan memberikan manfaat kepada perusahaan.

b) Visi

Mewujudkan keharmonisan antara perusahaan dengan masyarakat sekitar sehingga dapat melancarkan kesinambungan operasional perusahaan.

c) Misi

- 1) Membina komunikasi yang baik terhadap seluruh *stakeholder* yang berkepentingan
- 2) Memberikan perhatian dan kepedulian terhadap masyarakat sekitar berupa bantuan dan dukungan nyata dalam bidang pendidikan, keagamaan, sosial budaya dan ekonomi
- 3) Menjalinkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan dengan masyarakat sekitar.

- 4) Menghargai dan menghormati keanekaragaman budaya lokal dan melestarikannya.
- 5) Melestarikan lingkungan, penghijauan, dan pelestarian alam.

4.1.1.7 Bentuk-Bentuk Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT.

Ukindo Blankahan

Bentuk-bentuk implementasi CSR PT. Ukindo Blankahan yang telah dilaksanakan dengan berbagai kegiatan dibagi dalam 3 bagian yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan dengan program kegiatan sebagai berikut :

1) Pendidikan

Melihat berkembangnya pendidikan saat ini merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan karena pendidikan merupakan media dalam memperbaiki suatu negara untuk memberikan kesejahteraan masyarakat di desa-desa. Maka dari itu, PT Ukindo Blankahan selalu berusaha untuk ikut serta dan berkontribusi dalam memfasilitasi kegiatan pendidikan mulai dari TK, SD, SMP, SMA bahkan untuk melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu Perguruan Tinggi guna memberikan semangat dan memotivasi siswa untuk tetap memiliki cita-cita yang setinggi-tingginya. PT Ukindo Blankahan memberikan bantuan dari segi finansial dan dalam bentuk material sesuai dengan apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Tahun 2018 sampai dengan 2019 PT Ukindo Blankahan telah mengeluarkan dana sebesar Rp27.000.000 untuk pemberian bantuan sarana belajar sekolah-sekolah di sekitarnya, bantuan sarana belajar yang dimaksud adalah bantuan secara material seperti memberikan bangku dan meja belajar, buku-buku perpustakaan, perbaikan sekolah dan sarana bermain untuk TK dan PAUD ataupun hal lainnya yang dibutuhkan demi menciptakan suasana yang nyaman

untuk siswa sehingga mereka fokus dalam belajar. Kemudian tahun 2018, PT Ukindo Blankahan memberikan bantuan biaya sebesar Rp 10.000.000 untuk masuk ke PTN (Perguruan Tinggi Negeri) kepada siswa berprestasi SMA Negeri 1 Kuala. Hal ini bertujuan untuk memotivasi minat belajar kepada siswa yang berpotensi secara akademik dan telah diterima di Perguruan Tinggi yang telah dipilihnya dan membangun citra kepada sekolah di sekitar terhadap perusahaan.

2) Kesehatan dan Keselamatan

Kesehatan masyarakat merupakan bidang kegiatan dalam aspek sosial yang paling penting untuk mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility*. PT Ukindo Blankahan sebagai perusahaan yang sangat peduli dengan kesehatan dan keselamatan masyarakat telah menyediakan fasilitas umum, yaitu klinik dan ambulance sebagai bentuk pengobatan dan pemeriksaan kesehatan gratis untuk masyarakat. Fasilitas umum yang lainnya adalah sarana olahraga, taman bermain anak, bahkan PT Ukindo Blankahan memiliki kegiatan tournament sepak bola untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam berolahraga. Kegiatan yang dilakukan PT Ukindo dalam bidang kesehatan dan keselamatan selain memberikan fasilitas umum, yaitu; pertama tahun 2018, PT Ukindo Blankahan membangun tribun sepakbola untuk memberikan kenyamanan masyarakat dalam berolahraga dengan dana sebesar Rp13.819.412. Kedua, tahun 2019 PT Ukindo Blankahan menambah alat olahraga di taman bermain anak dengan dana sebesar Rp5.000.000 untuk meningkatkan minat anak-anak dalam berolahraga sambil bermain. Ketiga, Tahun 2020 disaat virus Covid-19 mulai memasuki Indonesia, PT Ukindo Blankahan membagikan masker kepada masyarakat

sekitar dan memasang plank himbauan pencegahan Covid-19 di sekitaran perumahan karyawan dan pemukiman desa.

3) Sosial, Budaya, dan Keagamaan

PT Ukindo Blankahan yang berada di tengah-tengah pemukiman masyarakat secara rutin berkontribusi dalam kegiatan sosial, budaya dan keagamaan. Terlihat dalam 3 tahun terakhir, yaitu 2018 sampai dengan 2020 perusahaan telah menggelontorkan dana sebesar Rp155.372.472 untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam bidang ini. Kegiatan ini meliputi kontribusi perusahaan saat perayaan hari-hari besar seperti HUT RI dan Kabupaten, serta perayaan hari besar keagamaan, perbaikan rumah ibadah, dan penambahan alat musik tradisional karo kepada salah satu forum kesenian adat karo di Desa Parit Bindu sebagai bentuk dukungan perusahaan untuk mempromosikan budaya Indonesia.

4) Pemberdayaan dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat

PT Ukindo Blankahan cukup memperhatikan kesejahteraan ekonomi masyarakat di sekitarnya. Kegiatan yang dimiliki PT Ukindo dalam program pemberdayaan dan pengembangan ekonomi masyarakat adalah kemitraan usaha berupa kebun plasma tanaman organik, pengembangan dan pelatihan wirausaha, pembinaan koperasi, dan bantuan air bersih untuk memudahkan perekonomian masyarakat. Atas pelaksanaan kegiatan-kegiatan ini PT. Ukindo Blankahan mengeluarkan dana sebesar Rp25.419.891 dalam tahun 2018 sampai dengan 2020. Hal ini dilakukan dengan perencanaan dan pelaksanaan yang matang oleh PT Ukindo Blankahan untuk memperoleh citra dan saling pengertian yang baik dari masyarakat.

5) Penghijauan, perbaikan Lingkungan dan Pengelolaan Limbah

PT Ukindo Blankahan berhasil mengelola dampak buruk dari kegiatan operasionalnya dan membantu melestarikan lingkungan dengan sangat baik. Perkebunan PT Ukindo Blankahan telah mempraktikkan pertanian yang baik dengan tidak melakukan pembakaran lahan, pengelolaan hama terintegrasi, serta melakukan naturalisasi dengan penanaman kembali pohon di pinggir sungai. Selain itu PT Ukindo Blankahan juga sangat memperhatikan kerusakan jalan desa yang dilintasi kendaraan-kendaraan besar internal ataupun eksternal menuju pabrik kelapa sawit. Secara rutin dan berkala perusahaan melakukan perbaikan jalan desa untuk menghindari sentiment negatif dari masyarakat. Dari tahun 2018 sampai dengan 2020 perusahaan bahkan mengeluarkan dana sebesar Rp 26.704.013 untuk memperbaiki jalan-jalan desa yang rusak dengan menggunakan greder dan sumber daya dari perusahaan sebagai tanggung jawab lingkungan perusahaan kepada masyarakat.

Pengelolaan limbah yang telah dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan juga sudah sesuai aturan ISO 26000. Limbah padat dan cair dari pabrik kelapa sawit yang memproduksi CPO juga diolah kembali menjadi hasil produksi yang baru. Limbah padat berupa tandan kosong diolah kembali dalam pabrik biomas menjadi suatu produk yang bernama DLF (*Dry Long Fiber*) atau serat kering tandan buah kosong. Limbah cair yang menghasilkan gas metan menjadi PLTBg (Pembangkit Listrik Tenaga Biogas) yaitu peghasil daya listrik berkerja sama dengan PLN Persero untuk memberi penerangan yang lebih kepada masyarakat.

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

4.1.2.1 Statistik Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar perusahaan yang mengetahui program CSR di PT. Ukindo Blankahan dimana peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 98 responden. Karakteristik responden ini meliputi jenis kelamin, usia, dan desa dimana tempat tinggal responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel yang telah peneliti uraikan dibawah ini :

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Laki-laki	56	57%
2	Perempuan	42	43%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Berdasarkan tabel 4.1 maka diperoleh data bahwa responden umumnya cukup seimbang dengan responden berjenis laki-laki sebanyak 56 orang atau 57% dan responden perempuan sebanyak 42 orang atau 43%. Berdasarkan perbandingan yang kecil ini disebabkan karena dalam penelitian ini, peneliti mencari responden yang mengetahui program CSR di PT. Ukindo Blankahan dengan tidak memperhitungkan jenis kelamin dari responden.

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentasi (%)
1	17 – 25	30	30,6%
2	26 – 35	27	27,6%
3	36 – 45	29	29,6%
4	>45	12	12,2%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Berdasarkan tabel 4.2 maka karakteristik usia responden dapat diklasifikasikan sebagai berikut, usia 17 sampai dengan 25 tahun berjumlah 30 orang (30,6%), usia 26 sampai 35 tahun berjumlah 27 orang (27,6%), usia 36 sampai 45 tahun berjumlah 29 orang (29,6%) dan usia lebih dari 45 tahun berjumlah 12 orang (12,2%).

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Desa

No	Desa	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Blankahan	35	35,7%
2	Suka Damai	33	33,7%
3	Parit Bindu	30	30,6%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Berdasarkan tabel 4.3 maka karakteristik responden berdasarkan 3 desa yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut, Desa Blankahan berjumlah 35 orang (35,7%), Desa Suka Damai berjumlah 33 orang (33,7%) dan Desa Parit Bindu berjumlah 30 orang (30,6%). Perbandingan jumlah responden berdasarkan desa cukup seimbang untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Deskriptif variabel penelitian bertujuan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian melalui interpretasi distribusi frekuensi jawaban responden secara keseluruhan, ataupun dalam angka persentase terhadap item-item pertanyaan variabel penelitian.

1. Variabel Aspek Sosial (X1)

Tabel 4.4
Distribusi Responden atas jawaban variabel CSR Aspek Sosial

Jawaban Responden										
Item	1 (STS)		2 (TS)		3 (N)		4 (S)		5 (SS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0.0%	1	1.0%	5	5.1%	55	56.1%	37	37.8%
X1.2	0	0.0%	5	5.1%	10	10.2%	52	53.1%	36	31.6%
X1.3	0	0.0%	2	2.0%	12	12.2%	38	38.8%	46	46.9%
X1.4	0	0.0%	1	1.0%	14	14.3%	49	50.0%	34	34.7%
X1.5	0	0.0%	3	3.1%	16	16.3%	50	51.0%	29	29.6%
X1.6	0	0.0%	0	0.0%	10	10.2%	53	54.1%	35	35.7%
X1.7	0	0.0%	2	2.0%	12	12.2%	62	63.3%	22	22.4%
X1.8	0	0.0%	1	1.0%	13	13.3%	53	54.1%	31	31.6%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Pada tabel 4.4 diketahui hasil dari pengolahan data responden atas jawaban variabel CSR Aspek Sosial. Pada item X1.1 yaitu pelaksanaan program pendirian sekolah atau bantuan sarana dan pra sarana pendidikan dapat diketahui bahwa sebanyak 37 orang (37.8%) menjawab sangat setuju, 55 orang (56.1%) orang menjawab setuju, 5 orang (5.1%) menjawab netral dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa program pendidikan berupa pendirian sekolah atau bantuan sarana dan pra sarana pendidikan bagi masyarakat telah berjalan dengan baik dan dinilai baik oleh masyarakat.

Pada item X1.2 yaitu pelaksanaan program beasiswa pendidikan dapat diketahui sebanyak 36 orang (31.6%) sangat setuju, 52 orang (53.1%) setuju, 10 orang (10.2%) menjawab netral dan 5 orang (5.1%) tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program beasiswa pendidikan yang dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan cukup mendapat penilaian positif, hanya saja

dibutuhkan peran yang lebih maksimal dari PT Ukindo Blankahan agar dapat diterima oleh seluruh masyarakat yang membutuhkan.

Pada item X1.3 yaitu pelaksanaan program kesehatan berupa pendirian klinik dan penyediaan ambulance dapat diketahui sebanyak 46 orang (46.9%) menjawab sangat setuju, 38 orang (38.8%) menjawab setuju, 12 orang (12.2%) menjawab netral dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa PT Ukindo Blankahan telah berhasil menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap kesehatan masyarakat dengan melaksanakan program ini dengan baik untuk mempermudah masyarakat dalam pemeriksaan kesehatannya.

Pada item X1.4 yaitu pengadaan fasilitas umum berupa sarana olahraga, sarana bermain anak dan bus sekolah dapat diketahui bahwa sebanyak 34 orang (34.7%) sangat setuju, 49 orang (50.0%) menjawab setuju, 14 orang (14.3%) netral dan 1 orang (1.0%) tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dalam pengadaan fasilitas umumnya mendapat pandangan yang baik dari masyarakat. Walaupun beberapa orang yang menjawab netral ataupun tidak setuju karena tidak merasakan secara langsung manfaat dari pengadaan fasilitas umum tersebut.

Pada item X1.5 yaitu pelaksanaan program rutin memberikan bantuan sembako kepada masyarakat kurang mampu dapat diketahui bahwa sebanyak 29 orang (29.6%) memberikan pernyataan sangat setuju, 50 orang (51.0%) menjawab setuju, 16 orang (16.3%) menjawab netral dan 3 orang (3.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan telah melaksanakan kegiatan sosial ini dengan baik.

Pada item X1.6 yaitu saat bulan Ramadhan, PT Ukindo Blankahan secara rutin memberikan paket Ramadhan kepada masyarakat sekitar dapat diketahui bahwa sebanyak 35 orang (35.7%) memberikan pernyataan sangat setuju, 53 orang (54.1%) menjawab setuju dan 10 orang (10.2%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan sangat peduli dengan kebutuhan masyarakat di sekitarnya dan kegiatan ini sungguh-sungguh dilaksanakan dengan baik.

Pada item X1.7 yaitu program pembangunan infrastruktur desa berupa jalan, tempat ibadah, dan sumur pompa dapat diketahui bahwa 22 orang (22.4%) sangat setuju, 62 orang (63.3%) menjawab setuju, 12 orang (12.2%) menjawab netral dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju. Dapat dilihat dari banyaknya masyarakat menjawab setuju membuktikan bahwa PT Ukindo Blankahan telah berhasil menjalankan program pembangunan infrastruktur desa dengan baik dan dapat membantu masyarakat.

Pada item X1.8 yaitu pada program pelestarian dan promosi budaya masyarakat sekitar dapat diketahui bahwa 31 orang (31.6%) menjawab sangat setuju, 53 orang (54.1%) menjawab setuju, 13 orang (13.3%) menjawab netral dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dalam melestarikan dan mempromosikan budaya masyarakat sudah cukup baik, namun PT Ukindo Blankahan harus lebih bisa memaksimalkan promosi budaya masyarakat sekitar khususnya budaya karo.

2. Variabel Aspek Ekonomi (X2)

Tabel 4.5
Distribusi Responden atas jawaban variabel CSR Aspek Ekonomi

Item	Jawaban Responden									
	1 (STS)		2 (TS)		3 (N)		4 (S)		5 (SS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0.0%	2	2.0%	13	13.3%	37	37.8%	46	46.9%
X2.2	0	0.0%	1	1.0%	14	14.3%	47	48.0%	36	36.7%
X2.3	0	0.0%	5	5.1%	18	18.4%	46	46.9%	29	29.6%
X2.4	0	0.0%	12	12.0%	14	14.3%	50	50.3%	22	22.4%
X2.5	0	0.0%	20	20.0%	17	17.2%	40	40.1%	19	19.6%
X2.6	0	0.0%	0	0.0%	13	13.3%	53	54.1%	32	32.7%
X2.7	0	0.0%	0	0.0%	16	16.3%	46	46.9%	36	36.7%
X2.8	0	0.0%	6	6.1%	19	19.4%	57	58.2%	16	16.3%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Pada tabel 4.5 diketahui hasil dari pengolahan data responden atas jawaban variabel CSR Aspek Ekonomi. Pada item X2.1 yaitu PT Ukindo Blankahan dalam membantu menumbuhkan ekonomi masyarakat dapat diketahui bahwa sebanyak 46 orang (46.9%) menjawab sangat setuju, 37 orang (37.8%) menjawab setuju, 13 orang (13.3%) menjawab netral dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini memberikan pemahaman bahwa PT Ukindo Blankahan telah cukup baik dalam membantu menumbuhkan ekonomi masyarakat setempat.

Pada item X2.2 yaitu pelaksanaan program peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat menunjukkan bahwa sebanyak 36 orang (36.7%) menjawab sangat setuju, 47 orang (48.0%) menjawab setuju, 14 orang (14.3%) menjawab netral dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa program peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar yang dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan telah berjalan cukup baik.

Pada item X2.3 yaitu pelaksanaan program kemitraan kemitraan usaha dapat diketahui bahwa sebanyak 29 orang (29.6%) menjawab sangat setuju, 40 orang (40.9%) menjawab setuju, 18 orang (18.4%) menjawab netral dan 5 orang (5.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini memberikan pemahaman bahwa program kemitraan usaha telah cukup berhasil dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan dengan kerjasama bersama masyarakat.

Pada item X2.4 yaitu pelaksanaan kegiatan pengembangan wirausaha dan pembinaan koperasi dapat diketahui bahwa sebanyak 22 orang (22.4%) menjawab sangat setuju, 50 orang (50.3%) menjawab, 14 orang (14.3%) menjawab netral dan 12 orang (12.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan melaksanakan kegiatan pengembangan wirausaha dan pembinaan koperasi dengan cukup baik, tetapi masih harus disosialisasikan dan ditinjau kembali apa kekurangannya karena masih beberapa masyarakat yang tidak setuju bahwa perusahaan telah melaksanakan kegiatan ini.

Pada item X2.5 yaitu pelaksanaan program pelatihan dan penyuluhan berwirausaha dapat diketahui bahwa 19 orang (19.6%) menjawab sangat setuju, 40 orang (40.1%) menjawab setuju, 17 orang (17.2%) menjawab netral dan 20 orang (20.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini telah dijalankan oleh PT Ukindo Blankahan, namun harus lebih diperhatikan dan di evaluasi kembali dengan pelaksanaan yang rutin dan berkala agar masyarakat dapat merasakan manfaat yang nyata dengan adanya kegiatan ini.

Pada item X2.6 yaitu PT Ukindo Blankahan telah bekerjasama dengan masyarakat dalam pembangunan kebun plasma sayur organik. dapat diketahui bahwa 32 orang (32.7%) menjawab sangat setuju, 53 orang (54.1%) menjawab

setuju dan 13 orang (13.2%) menjawab netral. Hal ini memberikan pemahaman bahwa dengan adanya kebun plasma sayur organik atas kerjasama dengan masyarakat telah dilaksanakan secara baik dan memperoleh pandangan yang baik.

Pada item X2.7 PT Ukindo Blankahan memberikan peluang kerja yang besar bagi masyarakat sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa 36 orang (36.7%) menjawab sangat setuju, 46 orang (46.9%) menjawab setuju dan 16 orang (16.3%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan telah memberikan peluang kerja yang besar bagi masyarakat sekitar sebagai karyawan harian maupun tetap pada pabrik dan kebun.

Pada item X2.8 yaitu PT Ukindo Blankahan telah membantu menyediakan sarana dan prasarana ekonomi untuk masyarakat desa dapat diketahui bahwa 16 orang (16.3%) menjawab sangat setuju, 57 orang (58.2%) menjawab setuju dan 19 orang (19.4%) menjawab netral dan 6 orang (6.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini memberikan pemahaman bahwa penyediaan sarana dan prasarana ekonomi untuk masyarakat telah berjalan baik.

3. Variabel Aspek Lingkungan (X3)

Tabel 4.6
Distribusi Responden atas jawaban variabel CSR Aspek Lingkungan

Item	Jawaban Responden									
	1 (STS)		2 (TS)		3 (N)		4 (S)		5 (SS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0.0%	2	2.0%	14	14.3%	36	36.7%	46	46.9%
X3.2	0	0.0%	0	0.0%	9	9.2%	42	42.9%	47	48.0%
X3.3	0	0.0%	0	0.0%	14	14.3%	48	49.0%	36	36.7%
X3.4	0	0.0%	0	0.0%	10	10.2%	44	44.9%	44	44.9%
X3.5	0	0.0%	3	3.1%	9	9.2%	60	61.2%	26	26.5%
X3.6	0	0.0%	1	1.0%	16	16.3%	58	59.2%	23	23.5%
X3.7	0	0.0%	3	3.1%	23	23.5%	45	45.9%	27	27.6%
X3.8	0	0.0%	4	4.1%	20	20.4%	52	53.1%	22	22.4%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Pada tabel 4.6 diketahui hasil dari pengolahan data responden atas jawaban variabel CSR Aspek Lingkungan. Pada item X3.1 yaitu PT Ukindo telah menggunakan energi secara efisien dalam proses produksinya dapat diketahui bahwa sebanyak 46 orang (46.9%) menjawab sangat setuju, 36 orang (36.7%) orang menjawab setuju, 14 orang (14.3%) menjawab netral dan 2 orang (2.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini memberikan pemahaman bahwa PT Ukindo Blankahan telah menggunakan energi secara efisien dan sangat baik.

Pada item X3.2 yaitu PT Ukindo Blankahan telah menciptakan proses produksi ramah lingkungan dan aman bagi masyarakat dapat diketahui sebanyak 47 orang (48.0%) sangat setuju, 42 orang (42.9%) setuju dan 9 orang (9.2%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dalam proses produksinya sangat memperhatikan lingkungan dan masyarakat sekitarnya.

Pada item X3.3 yaitu PT Ukindo Blankahan selalu melakukan naturalisasi dari bekas-bekas kegiatan operasinya dapat diketahui sebanyak 36 orang (36.7%) menjawab sangat setuju, 48 orang (49.0%) menjawab setuju dan 14 orang (14.3%) menjawab netral. Hal ini membuktikan bahwa PT Ukindo Blankahan telah berhasil melakukan naturalisasi atau mengembalikan fungsi dan keadaan lingkungan dari bekas-bekas kegiatan operasinya dengan baik.

Pada item X3.4 yaitu PT Ukindo Blankahan mengelola limbah dari produksi CPO dan Kernelnya dengan baik sesuai dengan aturan yang berlaku dapat diketahui bahwa sebanyak 44 orang (44.9%) sangat setuju, 44 orang (44.9%) menjawab setuju dan 10 orang (10.2%) netral. Dilihat dari banyaknya masyarakat yang menjawab sangat setuju maupun setuju maka ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan telah berhasil mengelola limbah dari proses produksinya dengan

baik dan sesuai aturan yang berlaku. Hal ini dikarenakan PT Ukindo Blankahan memanfaatkan limbahnya untuk diproduksi kembali menjadi PLTBg (Pembangkit Listrik Tenaga Biogas) dan juga Biomas yang menjadi satu-satunya pengelolaan limbah padat (janjangan kosong) di Sumatera Utara

Pada item X3.5 yaitu pelaksanaan program penghijauan dan pelestarian alam dapat diketahui bahwa sebanyak 26 orang (26.5%) memberikan pernyataan sangat setuju, 60 orang (61.2%) menjawab setuju, 9 orang (9.2%) menjawab netral dan 3 orang (3.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan program penghijauan dan pelestarian alam telah berjalan baik, hanya saja harus dilakukan sosialisasi yang lebih intens untuk menarik perhatian masyarakat.

Pada item X3.6 yaitu memperhatikan pengelolaan air dengan baik untuk membantu masyarakat dapat diketahui bahwa 23 orang (23.5%) sangat setuju, 58 orang (59.2%) menjawab setuju, 16 orang (16.3%) menjawab netral dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini memberikan gambaran bahwa PT Ukindo Blankahan telah memperhatikan pengelolaan airnya dengan baik untuk membantu masyarakat dimana perusahaan telah membangun sumur pompa untuk masyarakat dan membantu membagikan air jika terjadi kemarau.

Pada item X3.7 yaitu pelaksanaan perbaikan jalan yang rusak karena lalu lalang truk buah atau kendaraan menuju pabrik dapat diketahui bahwa 27 orang (27.6%) menjawab sangat setuju, 45 orang (45.9%) menjawab setuju, 23 orang (23.5%) menjawab netral dan 3 orang (3.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan perbaikan jalan sudah berjalan dengan baik.

Pada item terakhir X3.8 yaitu melakukan kerjasama dengan masyarakat sekitar untuk mengembangkan ekowisata dapat diketahui bahwa 22 orang (22.4%) menjawab sangat setuju, 52 orang (53.1%) menjawab setuju, 20 orang (20.4%) menjawab netral dan 4 orang (4.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kerjasama antara PT Ukindo Blankahan dengan masyarakat dalam mengembangkan ekowisata berjalan dengan baik dibuktikan dengan wisata sungai palma yang selama ini dikelola oleh perusahaan dengan bantuan dari masyarakat.

4. Variabel Citra Perusahaan (Y)

Tabel 4.7
Distribusi Responden atas jawaban variabel Citra Perusahaan

Item	Jawaban Responden									
	1 (STS)		2 (TS)		3 (N)		4 (S)		5 (SS)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	0	0.0%	0	0.0%	7	7.1%	38	38.8%	53	54.1%
Y.2	0	0.0%	0	0.0%	16	16.3%	41	41.8%	41	41.8%
Y.3	0	0.0%	0	0.0%	17	17.3%	36	36.7%	45	45.9%
Y.4	0	0.0%	0	1.0%	16	16.3%	52	53.1%	30	30.6%
Y.5	0	0.0%	4	4.1%	17	17.3%	44	44.9%	33	33.7%
Y.6	0	0.0%	1	1.0%	16	16.3%	42	42.9%	39	39.8%
Y.7	0	0.0%	0	3.1%	15	15.3%	42	42.9%	41	41.8%
Y.8	0	0.0%	0	0.0%	8	8.2%	44	44.9%	46	46.9%
Y.9	0	0.0%	3	3.1%	33	33.7%	38	38.8%	24	24.5%
Y.10	0	0.0%	0	0.0%	13	13.3%	41	41.8%	44	44.8%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Pada tabel 4.7 diketahui hasil dari pengolahan data responden atas jawaban variabel CSR Aspek Lingkungan. Pada item dengan adanya CSR, memberikan saya kepercayaan terhadap PT Ukindo Blankahan (Y1) dapat diketahui bahwa sebanyak 53 orang (54.1%) menjawab sangat setuju, 38 orang (38.8%) orang menjawab setuju dan 7 orang (7.1%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melaksanakan program CSR dapat memberikan kepercayaan masyarakat terhadap PT Ukindo Blankahan.

Pada item dengan program CSR, saya memiliki persepsi positif terhadap PT. Ukindo Blankahan (Y2) dapat diketahui sebanyak 41 orang (41.8%) sangat setuju, 41 orang (41.8%) setuju dan 16 orang (16.3%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dengan program CSR nya memperoleh persepsi positif dari masyarakat.

Pada item dengan adanya program CSR akan membentuk citra positif pada PT Ukindo Blankahan (Y3) dapat diketahui sebanyak 45 orang (45.9%) menjawab sangat setuju, 36 orang (36.7%) menjawab setuju dan 17 orang (17.3%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa dengan program CSR PT Ukindo Blankahan dapat memberikan citra positif terhadap perusahaan.

Pada item melalui CSR, PT Ukindo Blankahan dapat meningkatkan citra positif (Y4) dapat diketahui sebanyak 30 orang (30.6%) sangat setuju, 52 orang (53.1%) setuju dan 16 orang (16.3%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa melalui CSR, PT Ukindo Blankahan mampu meningkatkan citra positifnya terhadap masyarakat.

Pada item PT. Ukindo Blankahan merupakan perusahaan yang peduli dan sungguh-sungguh dalam melaksanakan kegiatan CSRnya (Y5) dapat diketahui sebanyak 33 orang (33.7%) menjawab sangat setuju, 44 orang (44.9%) menjawab setuju, 17 orang (17.3%) menjawab netral dan 4 orang (4.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dapat memperoleh opini dari masyarakat bahwa perusahaan peduli dan sungguh-sungguh dalam melaksanakan CSR nya, hanya saja harus lebih memperhatikan pemerataan pelaksanaannya karena masih ada beberapa orang tidak setuju.

Pada item PT Ukindo Blankahan selalu menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat (Y6) dapat diketahui bahwa sebanyak 39 orang (39.8%) sangat setuju, 42 orang (42.9%) menjawab setuju, 16 orang (16.3%) netral dan 1 orang (1.0%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dengan program CSR nya dapat selalu menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat untuk memperoleh citra yang baik pula.

Pada item melalui CSR, PT Ukindo Blankahan dapat bekerja sama dengan masyarakat dalam mensejahterakan desa (Y7) dapat diketahui bahwa sebanyak 41 orang (41.8%) memberikan pernyataan sangat setuju, 42 orang (42.9%) menjawab setuju dan 15 orang (15.3%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa melalui penerapan program CSR oleh PT Ukindo Blankahan dapat mensejahterakan desa dengan cara berkerja sama bersama masyarakat.

Pada item melalui CSR dapat menjaga reputasi yang baik bagi PT Ukindo Blankahan (Y8) dapat diketahui bahwa 46 orang (46.9%) sangat setuju, 44 orang (44.9%) menjawab setuju dan 8 orang (8.2%) menjawab netral. Hal ini menunjukkan bahwa PT Ukindo Blankahan dapat menjaga reputasi nya melalui program CSR.

Pada item PT Ukindo Blankahan cepat tanggap dalam menangani kritik dan saran dari masyarakat (Y9) yaitu dapat diketahui bahwa 24 orang (24.5%) menjawab sangat setuju, 38 orang (38.8%) menjawab setuju, 33 orang (33.7%) menjawab netral dan 3 orang (3.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini memberikan pemahaman bahwa kesadaran PT Ukindo Blankahan terhadap kritik dan saran masyarakat sangat baik dan cepat tanggap.

Item terakhir dari variabel dependen citra perusahaan adalah saya memiliki simpati terhadap kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan (Y10) dapat diketahui bahwa 44 orang (44.9%) menjawab sangat setuju, 41 orang (41.8%) menjawab setuju, 13 orang (13.3%) menjawab netral dan 4 orang (4.1%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki simpati terhadap kegiatan CSR yang telah dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan.

4.1.3 Analisis Data

4.1.3.1 Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sah atau tidaknya suatu instrument atau kuesioner dari masing-masing variabel. Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Nilai r hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis dengan software SPSS *statistics* 26.0, dan hasil outputnya bernama *corrected item correlation*.. Sedangkan untuk memperoleh r tabel dilakukan dengan tabel r *product moment*, yaitu menentukan $\alpha = 0,05$ kemudian n (sampel) = 98 sehingga didapat $df = N - 2 = (98 - 2) = 96$ nilai r tabel dua sisi sebesar 0,1989,. Tingkat kevalidan instrument atau kuesioner dapat ditentukan dengan kriteria apabila $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$ dan $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$. Berikut ini tabel hasil uji validitasnya :

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
CSR Aspek Sosial (X1)	Pertanyaan 1	0,666	0,1989	Valid
	Pertanyaan 2	0,779		
	Pertanyaan 3	0,689		
	Pertanyaan 4	0,631		
	Pertanyaan 5	0,668		
	Pertanyaan 6	0,474		
	Pertanyaan 7	0,797		
	Pertanyaan 8	0,653		
CSR Aspek Ekonomi (X2)	Pertanyaan 1	0,669	0,1989	Valid
	Pertanyaan 2	0,685		
	Pertanyaan 3	0,751		
	Pertanyaan 4	0,786		
	Pertanyaan 5	0,623		
	Pertanyaan 6	0,622		
	Pertanyaan 7	0,562		
	Pertanyaan 8	0,664		
CSR Aspek Lingkungan (X3)	Pertanyaan 1	0,687	0,1989	Valid
	Pertanyaan 2	0,422		
	Pertanyaan 3	0,688		
	Pertanyaan 4	0,586		
	Pertanyaan 5	0,583		
	Pertanyaan 6	0,441		
	Pertanyaan 7	0,590		
	Pertanyaan 8	0,677		
Citra Perusahaan (Y)	Pertanyaan 1	0,594	0,1989	Valid
	Pertanyaan 2	0,680		
	Pertanyaan 3	0,716		
	Pertanyaan 4	0,296		
	Pertanyaan 5	0,467		
	Pertanyaan 6	0,687		
	Pertanyaan 7	0,703		
	Pertanyaan 8	0,651		
	Pertanyaan 9	0,588		
	Pertanyaan 10	0,648		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Dari tabel 4.8 pada hasil uji validitas memperlihatkan nilai r_{hitung} setiap instrument variabel *Corporate Sosial Responsibility* yang terdiri dari Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan dan variabel dependen Citra perusahaan lebih besar dari nilai r_{tabel} . Dengan demikian setiap butir pernyataan atau kuesioner yang digunakan sudah memenuhi syarat dan valid digunakan sebagai alat ukur variabel.

c. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat di andalkan. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* (α), yaitu apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih besar ($>$) 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel atau konsisten, sementara apabila nilai *cronbach's alpha* (α) lebih kecil ($<$) 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel atau tidak konsisten. Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
CSR Aspek Sosial (X1)	0,825	0,60	Reliabel
CSR Aspek Ekonomi (X2)	0,822	0,60	Reliabel
CSR Aspek Lingkungan (X2)	0,728	0,60	Reliabel
Citra Perusahaan (Y)	0,803	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Nilai *cronbach's alpha* pada semua variabel dapat dilihat lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan kuesioner yang digunakan untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, Aspek Lingkungan dan Variabel Citra perusahaan, semua dinyatakan handal atau dapat dipecah sebagai alat ukur variabel.

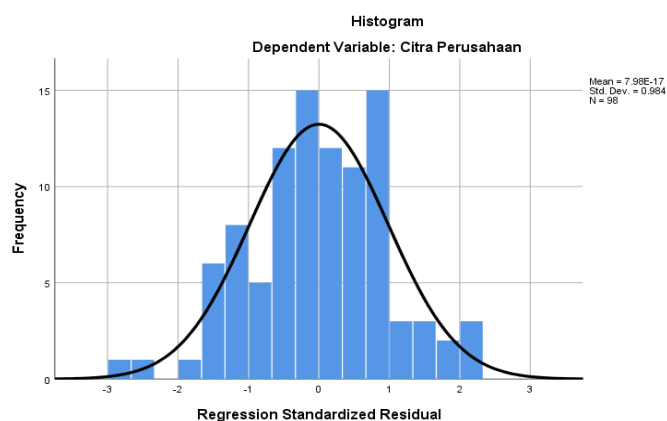
4.1.3.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas dan variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi yang dikatakan baik apabila mempunyai data

variabel yang berdistribusi normal (Ghozali, 2015:160-165). Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik yaitu grafik histogram dan grafik P-Plot dan uji normalitas dengan analisis statistik menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*.

Uji normalitas dengan analisis grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau tidak condong ke kanan. Berikut grafik histogram hasil pengolahan spss pada gambar 4.3 berikut:

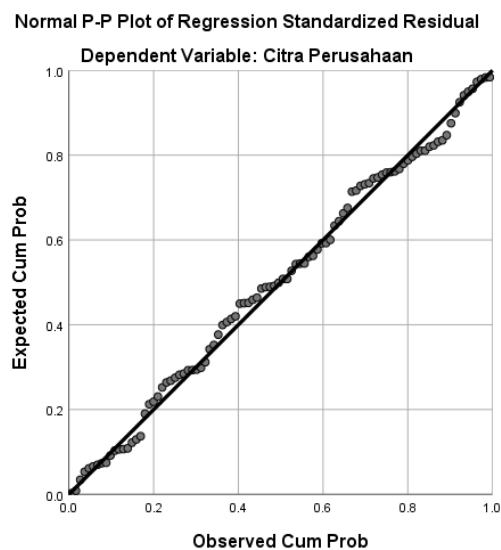


Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Gambar 4.3 Grafik Histogram

Gambar 4.3 Grafik Histogram menunjukkan bahwa garis membentuk menyerupai lonceng dan tidak condong ke kiri atau ke kanan sehingga dapat disimpulkan bahwa grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

Uji normalitas dengan grafik P-Plot dapat di analisis dengan melihat penyebaran item di sekitar garis diagonal pada grafik. Grafik P-Plot dinyatakan normal apabila item menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal dan begitu juga sebaliknya jika item menyebar jauh di garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal (Ghozali, 2015:156). Grafik P-Plot hasil pengolahan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Gambar 4.4 Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar 4.4 Grafik Normal P-Plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik histogram dan grafik P-Plot perlu diperkuat dengan uji statistik yaitu Uji *Kolmogrov-Smirnov*. Hasil uji normalitas menggunakan grafik terkadang berbeda dengan hasil uji statistik. Grafik tampak normal, sedangkan secara statistik dapat terjadi sebaliknya. Maka untuk memastikan hasil grafik berdistribusi normal, dapat menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* satu arah dengan melihat hasil signifikansinya. Jika signifikansi dari hasil uji kolmogrov-smirnov $>$ dari 0,05 berdistribusi normal dan sebaliknya jika $<$ 0,05 berdistribusi tidak normal. Hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.10 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.75361867
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.049
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas dengan menggunakan uji *kolmogrov-smirnov* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Jika terdapat gejala multikolinearitas, maka model regresi menjadi tidak baik karena beberapa variabel akan menghasilkan parameter yang mirip sehingga dapat menjadi saling mengganggu. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat besarnya nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Apabila nilai tolerance $< 0,1$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas
- Apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a				
Model		Collinearity Statistics		Asumsi Multikolinearitas
		Toleranc e	VIF	
1	(Constant)			
	Aspek Sosial	.179	5.586	Tidak terjadi multikolinearitas
	Aspek Ekonomi	.153	6.533	Tidak terjadi multikolinearitas
	Aspek Lingkungan	.498	2.008	Tidak terjadi multikolinearitas

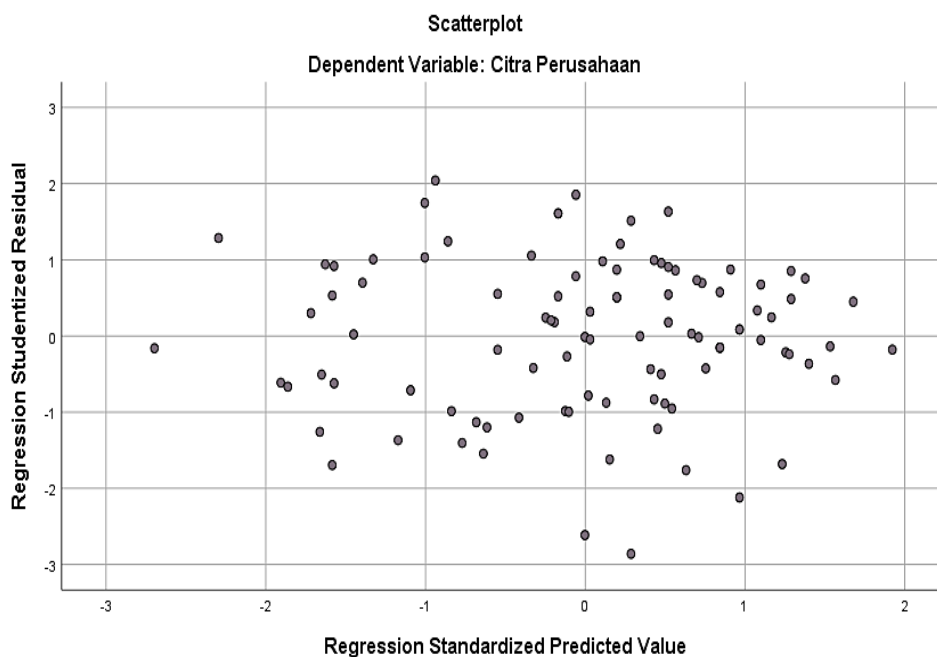
a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai tolerance dan nilai VIF dari seluruh variabel yang digunakan cukup kecil, dimana semuanya berada dibawah 10 dan nilai *tolerance* berada diatas 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas dan dapat dinyatakan bahwa analisis lebih lanjut dapat dilakukan dengan model regresi berganda.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dan residual satu ke pengamatan lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dikatakan homoskedastisitas dan sebaliknya jika berbeda disebut heterokedastisitas, dimana persamaan regresi yang baik yaitu tidak mengandung heteroskedastisitas. Pada pengujian ini menggunakan pendeteksian heteroskedastisitas yang dilakukan dengan analisis grafik dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Berikut gambar grafik *Scatterplot* untuk melihat hasil uji heteroskedastisitas:



Sumber: data diolah peneliti,(SPSS 26,0) 2021

Gambar 4.5 Scatterplot

Berdasarkan gambar 4.5 hasil scatterplot dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak juga tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.3.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pengolahan data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mencari pengaruh antara variabel independen/bebas yang terdiri dari Aspek Sosial, Aspek Ekonomi dan Aspek Lingkungan terhadap variabel dependen yaitu citra perusahaan. Hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 26.0 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8.411	2.995	
Aspek Sosial	.382	.178	.340
Aspek Ekonomi	.208	.213	.167
Aspek Lingkungan	.807	.120	.639

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Pada tabel 4.12 “*Coefficients*” diatas dapat dijelaskan tentang persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dengan persamaan regresinya adalah:

$$Y = 8,411 + 0,382X_1 + 0,208X_2 + 0,807X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta sebesar 8,411 dengan tanda positif menyatakan bahwa apabila variabel CSR yang terdiri Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2) dan Aspek Lingkungan (X3) dianggap konstan, maka nilai Citra Perusahaan adalah 8,411.
- b) Nilai koefisien regresi variabel Aspek Sosial (X1) sebesar 0,382 menyatakan apabila aspek sosial ditingkatkan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka citra perusahaan akan naik sebesar 0,382.
- c) Nilai koefisien regresi variabel Aspek Ekonomi (X2) sebesar 0,208 menyatakan apabila aspek ekonomi ditingkatkan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka citra perusahaan akan naik sebesar 0,208.

d) Nilai koefisien regresi variabel Aspek Lingkungan (X3) sebesar 0,807 menyatakan apabila aspek lingkungan ditingkatkan sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, maka citra perusahaan akan naik sebesar 0,807.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara masing-masing variabel yaitu variabel independen terdiri dari aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebagai variabel dependen. Pengujian parsial dilakukan dengan melihat t_{tabel} dengan rumus $df - k = 98 - 3 = 95 = 1,985$ dan taraf signifikansi (P Value). Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan berada dibawah 0,05 maka H_a diterima, sebaliknya apabila taraf sigifikansi hasil t_{hitung} lebih besar dari 0,05 maka H_o ditolak. Hasil uji T pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.411	2.995	.340	2.809	.006
	Aspek Sosial	.382	.178	.167	2.148	.034
	Aspek Ekonomi	.208	.213	.639	.974	.332
	Aspek Lingkungan	.807	.120		6.733	.000
a. Dependent Variable: Citra Perusahaan						

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1) Variabel Aspek Sosial

Berdasarkan hasil uji T terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara aspek sosial terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,148 dan nilai t_{tabel} 1,985, dimana t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , dan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Maka variabel aspek sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap citra perusahaan. Artinya salah satu yang menjadi faktor dalam membentuk maupun meningkatkan citra perusahaan adalah variabel aspek sosial dari *Corporate Social Responsibility*.

2) Variabel Aspek Ekonomi

Dari hasil uji T menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel aspek ekonomi terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} $0,947 <$ nilai t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikansi $0,332 > 0,05$, sehingga H_a ditolak sedangkan H_o diterima. Maka secara parsial variabel aspek ekonomi berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap citra perusahaan atau tidak dapat dikatakan sebagai faktor untuk membentuk/meningkatkan citra perusahaan.

3) Variabel Aspek Lingkungan

Berdasarkan hasil uji T (Parsial) terbukti bahwa ada pengaruh positif signifikan antara aspek lingkungan terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} $6,733 > t_{tabel}$ 1,985 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel aspek lingkungan berpengaruh positif secara signifikan terhadap citra perusahaan atau dapat dikatakan bahwa salah satu yang menjadi

faktor dan paling dominan dalam membentuk maupun meningkatkan citra perusahaan adalah variabel aspek lingkungan dari *Corporate Social Responsibility*.

4.1.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji secara simultan (F) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen/bebas yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. (Ghozali, 2015:88)

Kriteria yang digunakan adalah :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak

Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1009.485	3	336.495	43.006	.000^b
	Residual	735.494	94	7.824		
	Total	1744.980	97			
a. Dependent Variable: Citra Perusahaan						
b. Predictors: (Constant), Aspek Lingkungan, Aspek Sosial, Aspek Ekonomi						

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Pada penelitian ini jumlah sampel (n) sebanyak 98 dengan rumus F_{tabel} yaitu, $(k ; n - k - 1) = (3 ; 98 - 3 - 1) = (3 ; 94) = 2,70$.

Dari tabel Anova diperoleh hasil nilai F_{hitung} sebesar $43,006 > F_{tabel} 2,70$ dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen dari CSR yaitu aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan berpengaruh secara simultan terhadap citra perusahaan. Artinya citra

perusahaan PT Ukindo Blankahan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR).

4.1.4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2015:87). Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.18 berikut ini:

Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.579	.565	2.79721
a. Predictors: (Constant), Aspek Lingkungan, Aspek Sosial, Aspek Ekonomi b. Dependent Variable: Citra Perusahaan				

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (SPSS 26,0) 2021

Dari tabel 4.15 diperoleh nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,761 menunjukkan variabel aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan secara bersama-sama memiliki hubungan yang kuat dengan citra perusahaan. Hubungan ini bisa dikatakan kuat, karena seperti diketahui bahwa hubungan dikatakan sempurna apabila mendekati 100%.

Nilai koefisien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,565 atau 56,5%. Hal ini berarti pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian cukup mempengaruhi citra perusahaan karena sebesar 56,5% citra perusahaan dipengaruhi variabel independent diatas, sementara 44,5% dipengaruhi variabel-variabel lainnya.

4.2 Pembahasan

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki berbagai bentuk kegiatan program dalam implementasinya tergantung pada kebijakan perusahaan sebagai salah satu bentuk usaha perusahaan untuk memperoleh citra positif (*Good Image*) di mata publik. *Global Compact Initiative* dalam Azheri (2012:35) menegaskan tentang *Konsep Triple Bottom Lines* (3P) sebagai tiga pilar CSR dengan menyatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk mencari laba (*profit*), menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan kehidupan (*planet*).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan komitmen PT Ukindo Blankahan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik untuk perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

PT Ukindo Blankahan sebagai anak perusahaan dari *Anglo Eastern Plantations* dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memfokuskan perhatiannya kepada masyarakat berdasarkan konsep *Triple Bottom Lines* (3P) tersebut. Maka berdasarkan tiga pilar itu diwujudkan dalam dimensi CSR yang dikemukakan oleh Wibisono (2007) dalam Azheri (2012:35) yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini yaitu, a. Aspek Sosial dimana PT Ukindo Blankahan memiliki program pada bidang pendidikan, kesehatan, kesejahteraan sosial, keagamaan dan kebudayaan, b. Aspek Ekonomi dimana PT Ukindo Blankahan memiliki program berupa kemitraan usaha, pengembangan wirausaha, agribisnis, pembukaan lapangan kerja dan bantuan sarana dan prasarana ekonomi, c. Aspek Lingkungan yaitu PT Ukindo Blankahan telah menggunakan

energi secara efisien, proses produksi yang ramah lingkungan, pengelolaan limbah, penghijauan, pelestarian alam, pengelolaan air serta pengembangan ekowisata.

Berdasarkan hasil uji hipotesis analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan aplikasi SPSS Versi 26.0. Maka dapat dijelaskan hasil masing-masing hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh Parsial Aspek Sosial terhadap Citra Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Aspek Sosial terhadap Citra Perusahaan PT Ukindo Blankahan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar $2,148 > t_{tabel}$ $1,985$ dan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian secara parsial variabel Aspek Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT Ukindo Blankahan. Hal ini menunjukkan hubungan positif antara aspek sosial dalam CSR dengan citra PT Ukindo Blankahan dimana semakin tinggi aspek sosial dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT Ukindo Blankahan maka tingkat citra perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan *stakeholder theory* oleh Ghazali dan Chariri (2014:439) yang menyatakan bahwa selain mementingkan keuntungan, perusahaan harus memberikan hasil yang baik atau hasil yang positif bagi *stakeholder* yaitu masyarakat dengan aktivitas sosialnya untuk mendapatkan *feedback* atau citra yang baik pula bagi perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Wijaya Husni, dkk (2015)

dan Dessy Novia dkk (2017) dimana secara parsial variabel aspek sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

Berpengaruh signifikannya implementasi CSR dalam aspek sosial di PT Ukindo Blankahan dikarenakan dalam pelaksanaan setiap kegiatan sosialnya yaitu, a) bidang pendidikan: beasiswa dan bantuan sarana prasarana belajar, b) bidang kesehatan: penyediaan klinik dan ambulance maupun fasilitas olahraga, c) bidang sosial budaya dan keagamaan: pemberian sembako, perbaikan rumah ibadah, promosi budaya karo dan kontribusi pada peringatan hari besar nasional maupun keagamaan. Kegiatan-kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan dengan perencanaan dan realisasi yang sangat baik dan menjadi kegiatan rutin sehingga mampu memberikan persepsi yang baik dari masyarakat terhadap citra perusahaan, seperti yang diungkapkan Aryawan (2017) menyatakan aspek sosial ini memiliki arti bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada intinya aspek sosial merupakan *respect for people* atau menghargai oranglain.

b. Pengaruh Parsial Aspek Ekonomi terhadap Citra Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Aspek Ekonomi terhadap Citra Perusahaan PT Ukindo Blankahan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 0,947 < t_{tabel} 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,332 > 0,05$, sehingga berdasarkan kriteria pengambilan keputusan H_a ditolak sedangkan H_o diterima. Dengan demikian secara parsial implementasi CSR dalam Aspek Ekonomi berpengaruh terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan namun hasil yang tidak signifikan menunjukkan implementasi CSR dalam aspek

ekonomi kurang baik dilaksanakan sehingga lebih harus ditingkatkan untuk dapat digunakan sebagai alat/mekanisme untuk meningkatkan citra perusahaan.

Teori oleh Mardikanto (2014:41) yang menyatakan bahwa aspek ekonomi dalam CSR menyangkut keberhasilan perusahaan yang berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem pemerataan ekonomi pada lapisan masyarakat desa tentu akan berdampak positif terhadap peningkatan citra perusahaan. Hal ini tentu berkaitan dengan *stakeholder theory* karena *stakeholder* (masyarakat) dapat mempengaruhi keuntungan bagi perusahaan untuk memperoleh *image* yang baik bagi perusahaan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Juri, Mat dan Sailawati (2020) yang menyatakan bahwa aspek ekonomi berpengaruh tidak signifikan terhadap citra perusahaan. Tidak signifikannya pengaruh aspek ekonomi terhadap citra perusahaan diatas tentu agak berbeda dengan penelitian Wijaya Husni, dkk (2015) dan Novia Dessy, dkk (2017) yang menyatakan bahwa aspek ekonomi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan.

Pengaruh yang tidak signifikan antara variabel aspek ekonomi terhadap citra perusahaan dikarenakan beberapa program ekonomi yang dimiliki oleh PT Ukindo Blankahan tidak di laksanakan dengan baik kepada masyarakat sebagai rekan kerja, khususnya program pengembangan wirausaha dengan kegiatan pelatihan dan penyuluhan yang awalnya menunjukkan adanya keberhasilan sampai tahun 2017, namun saat ini program tersebut sangat minim dilakukan sehingga banyak lapisan masyarakat yang menjadi tidak mengerti bahkan tidak mengetahui program ini. Padahal dalam pelaksanaan CSR, aspek ekonomi merupakan salah satu aspek yang terpenting untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan harus

dimaksimalkan potensi maupun kreativitas masyarakat sekitar. Namun untuk indikator terkuat lainnya yaitu peluang kerja oleh perusahaan mendapat penilaian yang positif karena banyak masyarakat yang terbantu atas berdirinya pabrik kelapa sawit PT Ukindo Blankahan dengan banyak merekrut masyarakat yang berdomisili di sekitar perusahaan.

Pada aspek ekonomi ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan ekonomi masyarakat, melainkan juga menyangkut dan berkaitan dengan *finansial* perusahaan atas pelaksanaan kegiatan atau program-program CSR perusahaan. *Financial* perusahaan haruslah dilaporkan perusahaan dalam laporan keuangan. Pada laporan keuangan PT Ukindo Blankahan, pelaporan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) berupa narasi kegiatan apa saja yang telah dilakukan dan anggaran biaya serta realisasi biaya secara keseluruhan yang dikeluarkan namun tidak dijelaskan secara terperinci biaya per bidang program CSR dan manfaat yang diperoleh perusahaan sebagai beban atau sebagai aktiva tak berwujud.

c. Pengaruh Parsial Aspek Lingkungan terhadap Citra Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Aspek Ekonomi terhadap Citra Perusahaan PT Ukindo Blankahan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 6,733 > t_{tabel} 1,985$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian secara parsial variabel Aspek Lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan dan menjadi salah satu faktor dalam membentuk maupun meningkatkan citra perusahaan.

Nanang A.S (2018) mengungkapkan bahwa perilaku perusahaan dalam mengimplementasikan tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan berdampak pada citra perusahaan, keuntungan (*profit*) perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan. Oleh karena itu, berdasarkan *stakeholder theory* oleh (Biset, 2012:112) dimana *stakeholder* harus diperhatikan kepentingan dan permasalahannya maka jika suatu perusahaan memiliki aspek lingkungan yang tinggi dalam program CSRnya maka tentu memiliki *feedback* yang baik terhadap citra perusahaannya yang semakin meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yaitu Wijaya Husni, dkk (2015), Novia Dessy, dkk (2017) dan Juri, Mat dan Sailawati (2020) yang menyatakan bahwa variabel aspek lingkungan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan.

Berpengaruh positif dan signifikannya implementasi CSR pada aspek lingkungan di PT Ukindo Blankahan dikarenakan perusahaan berhasil mengelola dampak buruk dari kegiatan operasionalnya dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Terbukti hingga sekarang, PT Ukindo Blankahan berhasil menjaga lingkungan sekitar yang terdampak dari kegiatannya dan pada tahun 2014 pembangunan pengelolaan limbah telah selesai dibangun dan mulai produksi. Pengelolaan limbah dari hasil produksi CPO ini memanfaatkan kembali limbah dimana limbah padat berupa tandan kosong dikelola menjadi Biomas dengan hasil produk DLF (*Dry Long Fiber*) yang nantinya akan di ekspor dan limbah cair menjadi PLTBg (Pembangkit Listrik Tenaga Biogas) yaitu penghasil Daya Listrik berkerja sama dengan PT PLN yang senantiasa berdampak positif bagi warga desa sekitar untuk memberikan penerangan yang lebih luas. Dengan adanya pengelolaan

limbah ini sehingga seluruh limbah dari olahan kelapa sawit dapat dimanfaatkan dengan sangat baik untuk menjadi hasil produksi selain CPO dan Kernel.

Selain itu dalam kegiatan perkebunan PT Ukindo Blankahan juga membantu melestarikan alam dengan mempraktikkan pertanian yang baik seperti tanpa pembakaran, pengelolaan hama terintegrasi, serta melakukan naturalisasi dengan penanaman kembali pohon di pinggir sungai dan mengembangkan ekowisata yang terdapat di sekitaran perusahaan seperti sungai Palma yang merupakan aliran sungai jernih yang menjadi ekowisata di desa Blankahan. Program kegiatan tersebut berhasil dilakukan dengan sangat baik sehingga mampu memberikan persepsi yang positif terhadap PT Ukindo Blankahan juga mengindikasikan adanya peningkatan citra perusahaan.

d. Pengaruh Simultan Implementasi CSR variabel Aspek Sosial, Aspek Ekonomi, dan Aspek Lingkungan terhadap Citra Perusahaan

Dari hasil analisis regresi linier berganda dengan uji ANOVA (*Analysis of Variance*) mengenai citra perusahaan dengan variabel *Corporate Social Responsibility* secara simultan diperoleh hasil F_{hitung} dengan nilai sebesar 43,006 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 (signifikansi pada $\alpha = 5\%$). Pengujian hipotesis dengan membandingkan $F_{hitung} 43,006 > F_{tabel} 2,70$ maka berdasarkan kriteria pengambilan keputusan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian variabel independen dari *Corporate Social Responsibility* yaitu aspek sosial, aspek lingkungan, dan aspek ekonomi berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan PT. Ukindo Blankahan.

Penelitian terdahulu oleh Aryawan Made (2017) membahas tentang “Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Studi

Pada PT. Pertamina (Persero) TBBM Sanggaran, Bali” menghasilkan Variabel CSR terhadap citra perusahaan memiliki nilai F_{hitung} sebesar 50,369 dengan nilai p sebesar 0,000 (signifikansi pada $\alpha = 5\%$) yang menyatakan bahwa variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini yaitu aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan secara simultan berpengaruh pada citra perusahaan, artinya variabel CSR menjadi indikator yang tepat dalam mengukur citra perusahaan. Hal ini kemudian diperketat oleh penelitian Juri Mat dan Sailawati (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan. Hasil ini juga menyimpulkan bahwa tinggi atau rendahnya program kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat mempengaruhi citra perusahaan.

Ketiga variabel dari CSR tersebut layak digunakan sebagai alat/mechanisme perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan bahkan memberi pengaruh pada *profit* perusahaan karena menunjukkan kinerja CSRnya yang baik. Hal ini didukung dengan *Stakeholder theory* oleh Ghazali dan Chariri (2014:439) bahwa suatu perusahaan yang melakukan kegiatan operasionalnya tidak hanya untuk kepentingannya sendiri melainkan harus memberikan manfaat atau keuntungan bagi *stakeholder*. Karena perusahaan juga harus berusaha memberikan hasil yang baik bagi *stakeholder*/masyarakat.

Penggunaan *Stakeholder theory* ini dengan jelas mempersepsikan implementasi *Corporate Social Responsibility* bertujuan untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat yang dalam jangka panjang akan menimbulkan citra yang baik bagi perusahaan. Menurut Wibisono dalam

Nanang A S (2018) pelaksanaan CSR oleh sebuah perusahaan memberikan banyak manfaat diantaranya adalah mempertahankan dan mendongkrak *brand image* perusahaan. Selain itu Butterick (2013:97) menyatakan bahwa manfaat bisnis dari mengadopsi program CSR, antara lain : 1) Reputasi meningkat, 2) Nilai pemegang saham, 3) Para karyawan termotivasi dan Bahagia. Reputasi perusahaan sebagai ”hasil evaluasi (penilaian) yang menggambarkan citra perusahaan menurut masyarakat”. Hal ini membuat perusahaan semakin termotivasi untuk mulai merancang konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk program strategis yang bersifat positif dan meningkatkan citra maupun *profit* perusahaan.

Pelaksanaan CSR pada sekarang ini tentu dapat berkaitan dengan *Society 5.0*. Adanya *Era Society 5.0* ini mengharuskan masyarakat untuk beradaptasi, begitu juga dengan korporasi ataupun perusahaan. Setiap perusahaan harus tetap melakukan tanggungjawabnya kepada masyarakat untuk menjaga kelangsungan perusahaannya. Maka dengan adanya *Society 5.0* diharapkan perusahaan melakukan aktifitas CSR yang efektif untuk membantu perkembangan masyarakat dengan beberapa program inovasi yang dapat memajukan ekonomi masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara parsial, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan dapat diketahui sebagai berikut:
 - a. Variabel aspek sosial memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan. Hal ini berdasarkan nilai $t_{hitung} 2,148 > \text{nilai } t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikansi $0,034 > 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Selain itu berpengaruh signifikannya aspek sosial karena program-program kegiatan CSR dalam aspek sosial yang dilakukan oleh PT Ukindo Blankahan telah berhasil dilaksanakan dengan baik sehingga mampu memberikan persepsi yang baik dari masyarakat.
 - b. Variabel aspek ekonomi berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan berdasarkan nilai $t_{hitung} 0,947 < t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi $0,332 > 0,05$, sehingga H_a ditolak sedangkan H_o diterima. Hal ini dikarenakan beberapa program ekonomi yang dimiliki oleh PT Ukindo Blankahan tidak dilaksanakan dengan

baik kepada masyarakat, khususnya pada pelatihan dan pengembangan wirausaha yang saat ini sangat jarang dilaksanakan.

- c. Variabel aspek lingkungan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap citra perusahaan PT Ukindo Blankahan berdasarkan nilai t_{hitung} 6,733 > t_{tabel} 1,985 dengan nilai sig 0,000 < 0,05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini dikarenakan perusahaan berhasil mengelola dampak buruk dari kegiatan operasionalnya dengan baik dan sesuai dengan aturan yang berlaku dan membantu melestarikan lingkungan serta ekowisata. Tahun 2014 PT Ukindo Blankahan mulai memanfaatkan limbah dari produksi CPO nya menjadi hasil produksi lainnya yaitu, biomas dan PLTBg (Pembangkit Listrik tenaga Biogas) bekerjasama dengan PT. PLN (Persero) yang tentu berdampak positif bagi masyarakat desa untuk penerangan yang lebih luas.
2. Secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel CSR yang terdiri dari aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan terhadap citra perusahaan berdasarkan nilai f_{hitung} 43,006 > f_{tabel} 2,70 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini disebabkan oleh implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Ukindo Blankahan sedikit banyak telah memberikan manfaat yang baik kepada masyarakat/*stakeholder* sekitar perusahaan.
3. Nilai koefisien *Adjusted R-Square* pada pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa aspek sosial, aspek ekonomi dan aspek lingkungan dalam program CSR mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap citra perusahaan sebesar 56,5%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan agar tujuan dari implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat bermanfaat baik bagi pihak perusahaan dan masyarakat, maka saran yang dapat disampaikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian, secara parsial terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh signifikan yaitu variabel aspek ekonomi. Maka sebaiknya PT Ukindo Blankahan lebih memaksimalkan program CSR pada aspek ekonominya yaitu dengan cara lebih banyak mensosialisasikan program kemitraan usaha dan melakukan secara rutin program pelatihan dan pengembangan wirausaha, sehingga masyarakat sekitar memiliki motivasi dan kreativitas dalam meningkatkan kesejahteraan ekonominya.
2. Bagi PT Ukindo Blankahan, diharapkan dalam perencanaan program CSR dapat memperhatikan era *Society 5.0* saat ini dengan menjalankan beberapa aktivitas seperti mengadakan pelatihan untuk generasi milenial, dan mengadakan pelatihan keterampilan untuk masyarakat sekitar dimana perlu melibatkan seluruh aspek masyarakat agar benar-benar bermanfaat dan tepat guna bagi masyarakat dan lingkungan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas perkembangan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan citra perusahaan dengan menggunakan teori yang berbeda dalam program CSR sehingga dapat menambah R^2 dari penelitian sebelumnya ataupun menggunakan alat analisis yang lebih baru, seperti Analisis *Path* agar dapat mengetahui pengaruh tidak langsung terhadap variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Al'amruzi, Ersyad. 2014. *Pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) Terhadap Citra Perusahaan PT XI-Axiata Bandung*. Bandung: Skripsi. Universitas Islam Bandung.
- Alma, Buchari dan Hurriyati, Ratih. 2014. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Ardianto, Elvinaro, Machfudz, Didin. 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis Dan CSR*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Aryawan, Made, I Ketut Rahyuda, dan Ni Wayan Ekawati. 2017. 'Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan', *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6 No. 2. Hal. 604-633.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/25821>
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bajra, Bayu, Zainul Arifin, dan Sunarti. 2015. 'Analisis Pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada Masyarakat Sekitar PT. Adaro Indonesia di Kalimantan Selatan)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 30 No. 1. Hal 187-194.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1203>
- Barus, M. D. B., & Azzahra, A. S. (2020). Analisis Aplikasi Dan Penerapan Matematika Pada Ilmu Ekonomi Fungsi Permintaan Dan Penawaran. *Jurnal akuntansi bisnis dan publik*, 11(1), 103-114.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Dessy, Novia, Kadarisman Hidayat, dan Edy Yulianto 2017 'Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional (Survei pada Konsumen Unilever di Indonesia Mengenai Program "Project Sunlight" PT Unilever- Indonesia Tbk', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 43 No.1. Hal. 8-16.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1720>
- Ernawan, Erni R. 2011. *Budaya Organisasi dalam Perspektif Ekonomi dan Bisnis*. Bandung:Alfabeta
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Gassing, Syarifuddin & Suryanto. 2016. *Public Relation*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

- Ghozali, Imam. 2015. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Juri, Mat dan Sailawati 2020 ‘Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea Kaltim Plantations)’, *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (Jamdi)*, Vol. 3 No. 2. Hal.432-440.
[shttp://e-journal.polnes.ac.id/index.php/jamdi/article/view/558](http://e-journal.polnes.ac.id/index.php/jamdi/article/view/558)
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Lesya, Lyris T. 2014 ‘Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Kabupaten Bekasi’, *Jurnal Perencanaan Wilayah*, Vol. 1 No.1. Hal. 11-30.
- Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta.
- Milanie, F., Sari, A. K., & Saputra, H. (2020). *An Effect of Empowerment Organizational Structure and Job Design Employee Effectiveness Work in the Office Directors of PTPN II Tanjung Morawa. International Journal of Management*, 11(5).
- Nst, A. P., & Kiyah, M. (2019). Pengaruh Partisipasi, Kejelasan Sasaran, Group Cohesiveness Dan Informasi Asimetri Anggaran Terhadap Budgetary Slack Di Seluruh Kecamatan Kota Medan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis: Jurnal Program studi Akuntansi*, 5(2), 139-150.
- Parengkuan, W. E. 2017 ‘Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia’, *Jurnal EMBA*, Vol. 5 No. 2. Hal 564–571.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/15726>
- Prasetyo, Bambang dan Jannah, Lina Miftahul. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Purba, R. B., Erlina, H. U., & Muda, I. (2020). *Influence of Supply Chain Audit Quality on Audit Results through the Auditor's Ability in Detecting Corruption. Int. J Sup. Chain. Mgt* Vol, 9(3), 1046.

- Radyati, Maria R. Nindita. 2014. *Sustainable Business dan Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jakarta: CECT Trisakti University Indonesia.
- Riduwan, Sunarto. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis. Cetakan Ke-4* Bandung: Alfabeta.
- Rudito, Bambang dan Famiola Melia. 2013. *Corporate Social Responsibility, Edisi Pertama*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rusiadi, Rahmat Hidayat, Nur Subiantoro. 2017. *Metodologi Penelitian Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan Konsep Kasus dan Aplikasi SPSS, EVIEWS, AMOS, LISREL*. Medan: USU Press.
- Ruslan, Rosady S. M. 2012. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sari, Sukma. 2016. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Perusahaan (Studi pada PG Kebon Agung Kabupaten Malang). Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Wijaya, Husni, Yusri Abdillah dan Edy Yulianto 2015 'Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survei Pada Masyarakat Penerima Program CSR PT.PINDAD di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2 No.1. Hal. 17.<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/77>