



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT SORIK MARAPI
GEOTHERMAL POWER)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Ilmu Ekonomi*

Oleh:

**ARMADI HAMZAH
NIM: 16 402 00281**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT SORIK MARAPI
GEOTHERMAL POWER)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Ilmu Ekonomi*

Oleh:

**ARMADI HAMZAH
NIM. 16 402 00281**

PEMBIMBING I

**NOFINAWATI, M.A
NIP.19821116 201101 2 003**

PEMBIMBING II

**NURUL IZZAH, S.E., M.Si
NIP.19900122 201801 2 003**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telpon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ARMADI HAMZAH**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 22 Februari 2022

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan

Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi **a.n.ARMADI HAMZAH** yang berjudul "**Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Studi Kasus Pada PT Sorik Marapi Geothermal Power**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang *munaqosyah*.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I

Nofnawati, M.A
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II

Nurul Izzah, S.E., M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ARMADI HAMZAH
NIM : 16 402 00281
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Studi Kasus Pada PT Sorik Marapi Geothermal Power**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan normal dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 09 Februari 2022



ya yang Menyatakan,

ARMADI HAMZAH
NIM. 16 402 00281

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ARMADI HAMZAH
NIM : 16 402 00281
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “**Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Studi Kasus Pada PT Sorik Marapi Geothermal Power**”. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 09 Februari 2022

Yang menyatakan,



ARMADI HAMZAH

NIM. 16 402 00281



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan.
22733 Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : ARMADI HAMZAH
Nim : 16 402 00281
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Citra Perusahaan
(Studi Kasus Pada PT. Sorik Marapi Geothermal Power)

Ketua

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

Sekretaris

Ihdi Aini, M.E
NIP. 19891225 20190 3 2010

Anggota

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

Ihdi Aini, M.E
NIP. 19891225 20190 3 2010

Muhammad Isa, M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Dr. Budi Gautama Siregar, M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin / 18 April 2022
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 72, 25 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3, 30
Predikat : Sangat Memuaskan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap
Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Sorik Marapi
Geothermal Power)
NAMA : ARMADI HAMZAH
NIM : 1640200281

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 20 Juni 2022

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.HL., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : **ARMADI HAMZAH**
NIM : **16 402 00281**
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS
PADA PT SORIK MARAPI GEOTHERMAL POWER)**

PT SMGP mengadu domba warga. Pro dan kontra pun terjadi diantara perusahaan dan masyarakat. Untuk merubah persepsi masyarakat agar menerima dan mendukung kegiatan perusahaan PT SMGP pun memberikan berbagai cara dalam merubah persepsi dan mendapat dukungan tersebut salah satunya perusahaan memberikan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan. Praktik pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) tidak memperhatikan aspek kerentanan dan keterbatasan daya dukung dari SDA, kesejahteraan masyarakat lokal/setempat, pekerja, dan kerusakan lingkungan.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Yang kemudian di analisis menggunakan alat bantu komputer dengan menggunakan program SPSS *versi 23*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) (variabel bebas) dan Citra Perusahaan (variabel terikat).

Data yang telah diuji kemudian diolah dengan software SPSS *versi 23*, sehingga menghasilkan terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP). Dari hasil uji Koefisien Determinasi variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mempengaruhi Citra Perusahaan dapat dilihat R square sebesar 42.0%, dan sisanya 58.0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Sorik Marapi Geothermal Power)”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontohi dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Untuk ayah dan Ibu tercinta, Selaku motivator terbaik sekaligus sebagai kawan untuk konsultasi terkait kendala dalam menyusun skripsi ini yang telah banyak memberikan pengalaman, dorongan serta materi masukannya dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ihwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
4. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Ibu Nofinawati, M.A. selaku pembimbing I dan Nurul Izzah, S.E., M.Si selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Keluarga tercinta Ayahanda Sapar Nasution dan Ibunda tersayang rohima Tanjung, Serta abang anda Amir Hamzah, Kakak Irma Dona, Ardi Hamzah, adik Nur Hikmah, Bincar yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surge firdaus-Nya.
8. Untuk sahabat peneliti Faisal Abidin Harahap, Bahrum Efendi Siregar, Sahrul Ramadhan, Ucok Sugiarto, Haryadi Tagor Muda, yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini dan rekan – rekan Ekonomi Syariah-7 Ilmu Ekonomi-2, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang sama – sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses meraih cita – citanya.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena : karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harap peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbal alamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidimpuan, 09 Februari 2022
Peneliti

ARMADI HAMZAH
NIM. 16 402 00281

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah pengalihan tulisan dari satu bahasa ke dalam tulisan bahasa lain. Dalam skripsi ini transliterasi yang dimaksud adalah pengalihan tulisan bahasa Arab ke bahasa latin.

Penulisan transliterasi „Arab-Latin di sini menggunakan transliterasi dari keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987. Secara garis besar uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonema konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)

ع	'ain	..	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bilahamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Padadasarnyasetiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama dan permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang, maka *ya...s* ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memangkup demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang LekturKeagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pengesahan Penyusunan Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Munaqosyah	
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
Abstrak.....	i
Kata Pengantar	ii
Pedoman Transliterasi Arab-Latin	vi
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	12
1. <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR).....	12
a. Defenisi <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR)	12
b. Program-program <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR)	16
c. Komponen <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR).....	18
d. Ruang Lingkup <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR)	21
e. Prinsip-Prinsip <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR)	22
2. Citra perusahaan	24
a. Pengertian Citra Perusahaan.....	24
b. Jenis – Jenis Citra	25
c. Manfaat Citra Perusahaan	26
d. Faktor Pembentukan Citra	27
e. Elemen Citra	29
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	36
1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
2. Jenis penelitian	36
3. Populasi dan Sampel	36
a. Populasi	36
b. Sampel.....	37
4. Teknik dan Pengumpulan Data	39
5. Teknik Analisis Data	40
a. Uji Validitas	40
b. Uji Reliabilitas	41
c. Uji Normalitas	41
d. Uji Linearitas.....	42
e. Uji Regresi Linear Sederhana	42
f. Uji Hipotesis	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
1. Sejarah Singkat PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP)	45
2. Visi dan Misi Perusahaan	47
3. Gambaran Umum Perusahaan	48
B. Struktur Organisasi CDCR	48
C. Uraian Tugas Instansi	50
D. Karakteristik Responden Penelitian	50
E. Hasil Analisis Data	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas.....	52
3. Uji Normalitas	54
4. Uji Linearitas	54
5. Uji Regresi Linear Sederhana.....	55
6. Uji Hipotesis.....	57
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
b. Uji t (Parsial).....	58
F. Pembahasan Hasil Penelitian	58
G. Keterbatasan Penelitian	60

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III.1 Data Jumlah Penduduk.....	37
Tabel IV.1 Uji Validitas <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	51
Tabel IV.2 Uji Validitas Citra Perusahaan.....	52
Tabel IV.3 Uji Reliabilitas <i>Corporate Sosial Responsibility</i>	53
Tabel IV.4 Uji Reliabilitas Citra Perusahaan.....	53
Tabel IV.5 Uji Normalitas.....	54
Tabel IV.6 Uji Linearitas	55
Tabel IV.7 Uji Regresi Linear Sederhana	56
Tabel IV.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	57
Tabel IV.9 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	34
Gambar IV.1 Struktur OrganisasiCDCR	49

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 1970-an ide CSR sudah mulai di gunakan tetapi sampai saat ini masih sebagai topik yang hangat untuk di perbincangkan. CSR menjadi tanggung jawab perusahaan dalam berpartisipasi untuk pengembangan ekonomi yang berkepanjangan, melakukan tugas bersama antara karyawan perusahaan, keluarga karyawan, perkumpulan lokal serta perkumpulan secara menyeluruh untuk *Sustainable Development (WBCSD*

CSR adalah tanggung jawab perusahaan ataupun dunia bisnis untuk berpartisipasi untuk peningkatan ekonomi yang berkepanjangan dengan mengamati tanggung jawab sosial perusahaan serta memfokuskan pada kesetaraan antara perhatian terhadap segi sosial, ekonomi, dan lingkungan.¹

Setiap BUMN memiliki tiga misi penting yang saling terkait yakni misi Sebagai unit ekonomi, sebagai stabilisator dan sebagai *agent of development* yang membantu percepatan pembangunan di daerah guna mengentaskan kemiskinan. Keuntungan dan kondisi pasar yang stabil dapat memudahkan BUMN untuk membantu pembangunan di daerah tempat BUMN itu beroperasi dan menciptakan hubungan baik dengan komunitas dan masyarakat lokal.²

¹AndiMapisangka, "Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat," *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan* 1, no. 1 (2009): 2.

²Rahmayanti, *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada CV. Putra Kaltim Samarinda*, *eJournal Ilmu Administrasi Bisnis* 2, no. 2 (2014): 20.

Dalam proses perkembangan suatu perusahaan tak hanya dilihat dari segi aspek publik internal perusahaan, namun keberadaan publik eksternal juga sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan. PT Sorik Marapi Geothermal Power dalam menjalin hubungan dengan publik internal maupun publik eksternalnya di jembatani oleh seksi Humas atau *Public Relations* yang menjadi pihak pengelolah suatu informasi agar terjalin komunikasi efektif antara pihak perusahaan, stakeholder, dan khalayak atau masyarakat. Seperti halnya yang di kemukakan Anggoro Linggar, Humas atau *Public Relations* adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya mutual *understanding*, mutual *confidence*, dan *image* yang baik.³

Perusahaan sebagai salah satu pelaku ekonomi tentunya mempunyai peranan yang sangat penting terhadap kelangsungan hidup perekonomian dan masyarakat luas. Meskipun mereka telah berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, kekayaan, produk dan jasa, namun tekanan pada bisnis untuk berperan dalam isu-isu sosial yang melibatkan karyawan, stakeholder, masyarakat, lingkungan dan pemerintah terus meningkat. Dalam keberlanjutan dan keseimbangannya perusahaan tidak bisa berdiri sendiri. Eksistensi suatu perusahaan tidak

³Anggoro, M. Linggar, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara 2000), hlm.45

bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan resiprokal (timbal balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup dalam roda ekonomi yang saling memberi dan membutuhkan. Tidak salah apabila setiap perusahaan berjuang keras untuk menjalankan roda bisnisnya dalam memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun dengan semakin banyaknya perusahaan yang berkembang maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Masyarakat adalah pihak yang secara tidak langsung ikut merasakan setiap detail kebijakan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Masyarakat juga memiliki kaitan erat dengan pembentukan citra perusahaan yang juga merupakan pilar bagi keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Hal tersebut dikatakan karena mengingat citra lahir di benak masyarakat dan tidak selamanya citra yang terbentuk adalah citra yang positif. Citra yang positif dari suatu organisasi akan memiliki dampak yang menguntungkan organisasi tersebut, sedangkan citra yang negatif akan merugikan organisasi. Citra yang positif berarti masyarakat memiliki kesan yang baik terhadap suatu organisasi. Citra perusahaan sendiri memiliki proses pembentukan yang terdiri dari beberapa tahapan. Tahap yang pertama yaitu obyek mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan. Kedua, memperhatikan upaya perusahaan tersebut. Ketiga, setelah adanya perhatian obyek mencoba memahami semua yang ada pada upaya perusahaan. Keempat,

terbentuknya citra perusahaan pada obyek yang kemudian sampai pada tahap kelima yaitu citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku obyek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan. Citra perusahaan menunjukkan kesan objek dengan perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi terpercaya.

Pada tahun 2010, keempat perusahaan membentuk dua buah perusahaan baru. PT Geothermal Servis Indonesia (Andy Kelana 5%, Origin 45%, Tata 45%) dan PT Sorik Marapi Geothermal Power (PT Supraco 5 %, Origin 45%, dan Tata 45%). Dengan semangat Peraturan Presiden Nomor 4 Tahun 2010 dan Peraturan Menteri ESDM Nomor 2 tanggal 27 Januari 2010 tentang percepatan pembangunan pembangkit listrik di Indonesia, Bupati Mandailing Natal mengeluarkan Izin Usaha Pertambangan (IUP) pada September 2010 kepada PT Sorik Marapi Geothermal Power, yang saat itu di Madina, lebih populer dengan nama OTP⁴ karena tidak ada sosialisasi dan langsung mengangkut peralatan ke lapangan, rencana eksplorasi gas di Lereng Gunung Sorik Marapi tersebut ditentang oleh warga lima kecamatan di Madina (Tambangan, Panyabungan Barat, Lembah Sorik Marapi, Panyabungan Selatan, dan Puncak Sorik Marapi). Sejak PT Sorik Marapi Geothermal Power hadir, hampir setiap bulan lima ribuan warga melakukan demo.

⁴<https://ebtke.esdm.go.id/post/2020/02/17/2477/pltp.sorik.marapi.proyek.panas.bumi.berdurasi.tercepatdi> Akses Pada Tanggal 30 Maret 2020, Jam 22:53 WIB.

PT Sorik Marapi Geothermal Power mengadu domba warga. Pro dan kontra pun, pelan-pelan, merasuki warga lima kecamatan. Puncaknya pada 11 November 2014, aksi ribuan masyarakat memblokir jalan lintas Sumatera ditantang warga yang lain. Seorang tewas dan belasan lainnya digelandang ke Kantor Polisi. Melihat masyarakat sudah menjadi korban dan rencana eksplorasi memasuki tahap merusak lingkungan dan menimbulkan bencana alam, Bupati Mandailing Natal 9 Desember 2014, mencabut izin PT Sorik Marapi Geothermal Power. Setelah Pemerintah mengubah kebijakan izin pengelolaan tambang, (dikeluarkan oleh Menteri ESDM, tidak lagi oleh Kepala Daerah), PT Sorik Marapi Geothermal Power mendapat angin. Mereka mengurus izin baru dan memperolehnya pada 21 April 2015. PT Sorik Marapi Geothermal Power pun makin tidak lagi peduli dengan lingkungan.⁵

KS ORKA, melalui anak perusahaannya PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) sebagai pemegang izin Wilayah Kerja Pertambangan Sorik Marapi-Roburan-Sampuraga, berkomitmen untuk mengembangkan proyek panas bumi yang berkelanjutan. Sorik akan menyediakan pasokan listrik yang bersih dan terbarukan dengan kapasitas 240 MW, tidak hanya untuk masyarakat lokal, tapi juga mencukupi

⁵<http://medan.tribunnews.com/tag/sujatmiko> oleh Sujatmiko. Diakses pada tanggal 19 Juni pukul 16.36 WIB).

kebutuhan nasional. Perusahaan ini menjadwalkan mulai memasok listrik tenaga panas bumi ke PT PLN (Persero) pada akhir 2017 atau awal 2018. KS ORKA menjalankan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) di dalam Perusahaan yang dikelolanya. Salah satu dari empat prinsip GCG adalah prinsip *responsibility* (pertanggung jawaban) terhadap lingkungan fisik dan sosial, yang didorong melalui pendekatan etika pelaku ekonomi. Tiga prinsip GCG lainnya adalah *fairness, transparency, dan accountability*.

Bentuk pertanggungjawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan terhadap peraturan yang berlaku, di antaranya termasuk masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, serta memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat. Dengan menerapkan prinsip ini dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan mempunyai peran untuk bertanggungjawab selain kepada *shareholder* juga kepada *stakeholders*-nya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada PT Sorik Marapi Geothermal Power)**”.

B. Identifikasi Masalah

Dari hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini perlu kiranya menentukan permasalahan penelitian untuk memperjelas maksud dan tujuan penelitian ini. Sebelum memfokuskan masalah, ada baiknya diidentifikasi masalah-masalah yang ada dalam bentuk pernyataan-pernyataan. Pernyataan itu harus menyarankan tidak hanya bidang yang perlu di pelajari, tetapi juga metode-metode yang akan digunakan.⁶Adapun permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Perkembangan program CSR setiap perusahaan yang lain berbeda dengan program CSR pada PT Sorik Marapi Geothermal Power yang di mulai pada tahun 2017 lalu.
2. Seberapa besar pengaruh CSR oleh PT Sorik Marapi Geothermal Power terhadap citra positif perusahaan di kalangan masyarakat Desa Sibanggor Tonga.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi penelitian ini pada 2 variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel (Y). Adapun variabel bebasnya yaitu *Corporate Social Responsibility*, sedangkan pada variabel terkainya yaitu Citra Perusahaan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu defenisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Defenisi

⁶ahmad Nizar, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka Media 2014), hlm. 28.

operasi variabel ini memberikan informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan diteliti

Variabel adalah gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka ada dua variabel yang terdiri dari variabel independen (X), dan variabel independen (Y), yaitu:

1. Variabel independen (X) adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu implementasi CSR variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu: Citra perusahaan

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Definisi Variable	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	Menganalisa semua tindakan yang dijalankan perusahaan atas tanggungjawab yang harus dilakukan perusahaan terhadap Masyarakat yang telah diwajibkan oleh UU. ⁷	1. Pinjaman modal 2. Pembinaan 3. Pendampingan	Ordinal
2. Citra Perusahaan(Y)	Adalah gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu obyek. Obyek yang di maksud bisa berupa	1. Kepribadian 2. Reputasi 3. Nilai 4. Identitas	Ordinal

⁷Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm 50.

	orang, atau lainnya yang ia ketahui. ⁸		
--	---	--	--

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang di paparkan di atas, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah, yaitu: Apakah ada pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap peningkatan citra perusahaan PT Sorik Marapi Geothermal Power.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dipaparkan di atas, penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap peningkatan citra perusahaan PT Sorik Marapi Geothermal Power.

G. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

⁸Mohd. Zulfsdli, *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Oleh PT.RAPP Terhadap Citra Positif Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Pangakalan Kerinci Timur Kecamatan Pangakalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan* (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2012), 37.

- a. Sebagai informasi bagaimana kondisi CSR perusahaan PT Sorik Marapi Geothermal Power.
- b. Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang masih berhubungan dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan penelitian khususnya di bidang tanggung jawab sosial perusahaan serta mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan dunia bisnis nantinya.
- b. Penelitian ini di harapkan menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi, adapun sistematika dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I, menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisiopersasional variabel, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II, dalam bab ini akan diuraikan tentang landasan teori yang menyangkut variabel dependen dan variabel independen sebagai dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan pada penelitian terdahulu yang telah

dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Selain itu bab ini juga berisi tentang hipotesis dan kerangka pikir.

BAB III, menjelaskan tentang metode penelitian terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, dijelaskan pula tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas, uji reabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV, menjelaskan tentang hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti, peneliti akan mengolah data dengan menggunakan SPSS versi 23 untuk mengetahui hasil terakhir penelitian.

BAB V, berisi tentang kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang diteliti, keterbatasan yang diteliti dan juga saran yang akan berguna pada peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. *Corporate Social Responsibility*

a. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan komitmen perusahaan dalam operasi bisnis, terhadap tanggung jawab sosial yang diimplementasikan bentuk kepedulian sosial terhadap karyawan, nasabah, maupun kepada masyarakat secara luas.⁹ Ada beberapa pengertian mengenai CSR, yaitu sebagai berikut:

- 1) CSR adalah kewajiban kepada masyarakat yang ditanggung oleh perusahaan. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memaksimalkan dampak positif pada masyarakat dan meminimalkan dampak negatif.¹⁰
- 2) CSR adalah komitmen dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan, dan keluarganya, sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas.

⁹Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 81

¹⁰Undang Ahmad Kamaludin, dkk, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), hlm. 65

- 3) Menurut *orgnisasi business for social responsibility* sebagaimana dikutip oleh Patricia J. Parons, definisi tentang CSR diartikan sebagai upaya memastikan keberhasilan komersial dalam cara-cara yang menghormati nilai-nilai etis dan menghormati masyarakat dan lingkungan.¹¹

Menurut pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa *Corpoate Sosial Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antar aspek ekonomi dan aspek sosial.

Lebih lanjut dapat dikemukakan bahwa secara konseptual *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis, yang diimplementasikan dalam interaksi perusahaan dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), baik pemerintah maupun masyarakat, berdasarkan kesukarelaan dan kemitraan. Dalam hal ini, pihak perusahaan melihat *Corporate Social Responsibility* bukan program pemaksaan, tetapi bentuk rasa kepedulian terhadap

¹¹ Bukhari Alma Doni Juni Priansa, *Manajemen Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 10

masyarakat, yaitu membantu melepaskan pihak-pihak dari berbagai kesulitan yang dialami.

Dimensi lingkungan dalam CSR sejalan dengan perspektif al-Qur'an yang menyebutkan kerusakan lingkungan akibat perbuatan manusia, sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surah Ar-Ruum ayat 41:

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ ﴿٤١﴾

Artinya: "Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka agar mereka kembali (kejalan yang benar)" (QS. Ar-Ruum: 41).¹²

Berdasarkan ayat di atas, perusahaan secara etis bertanggung jawab dalam pemeliharaan lingkungan, menjaga ketersediaan sumber daya alam bagi generasi berikutnya. Peran perusahaan dalam konteks tanggung jawab terhadap lingkungan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1) Mengurangi Emisi

Kegiatan operasi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menghasilkan emisi langsung dan tidak langsung di atmosfer, dan emisi tersebut dihasilkan dari penggunaan produk perusahaan atau dari kebiasaan pembelian dan konsumsi listrik.

¹²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sigma Examedia Arkanlima, 2009), hlm. 408

Emisi tersebut dapat mencakup berbagai polutan seperti timbal, merkuri, senyawa organik beracun sulfur dioksida, nitrat oksida, dan bahan lain yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan efek pada kesehatan manusia.

2) Mengurangi Limbah

Perusahaan yang kegiatan usahanya menghasilkan limbah cair dan padat, harus tergantung pada program-program untuk mengurangi limbah tersebut. Program-program ini harus berdasarkan pada pengurangan sumber pemanfaatan kembali daur ulang pengolahan limbah dan pembuangan.

3) Efektif Penggunaan Kekuasaan

Perusahaan listrik mengonsumsi dan menjalankan operasi mereka dan jasa. Program yang fokus pada konsumsi daya yang efektif dapat mengurangi permintaan listrik di gedung-gedung di daerah. Seperti pemanasan, pendinginan, keringanan penggunaan bahan bakar yang efektif dan ketergantungan pada sumber bahan bakar alternatif.¹³

4) Pelestarian Air Bersih

Pelestarian air bersih yang seringkali dianggap sebagai kekayaan global. Menyediakan air minum murni dianggap

¹³Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)* hlm. 15

sebagai kebutuhan dasar kemanusiaan dan terdaftar sebagai salah satu dari hak-hak utama individu.¹⁴

Memahami kutipan di atas dapat dikemukakan bahwa tanggung jawab perusahaan dibidang lingkungan dapat diwujudkan dalam bentuk mengurangi emisi hasil operasional persahaan, mengurangi dampak limbah yang berbahaya bagi masyarakat, menggunakan energi secara efektif, dan pelestarian air bersih.

Tanggung jawab perusahaan terhadap pelestarian lingkungan merupakan tanggung jawab mendasar perusahaan, mengingat perusahaan adalah lembaga yang mendapat izin untuk memanfaatkan dan mengeksploitasi lingkungan untuk kepentingan ekonomi. Dengan demikian, dilihat dari aspek etika, hukum dan sosial maka perusahaan memiliki tanggung jawab moral, hukum dan sosial dalam mengani dampak operasional perusahaan terhadap lingkungan.

b. Program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) Menurut Asy'ari, program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggungjawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:

¹⁴*Ibid.* hlm 54

1) *Public Relations*

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2) Strategi Defensif

Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.

3) Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan

Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri. Sedangkan program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu:

a) *Community Relations*

Kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (*charity*) perusahaan.

b) *Community Services*

Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.

c) *Community Empowering*

Program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.¹⁵

c. Komponen *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Wibisono, CSR terdiri dari beberapa komponen utama yaitu perlindungan lingkungan, perlindungan dan jaminan karyawan, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat,

¹⁵ Butterick, Keith, *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik* (Depok: PT Rajagrafindo Persada. 2013) hlm 35

kepemimpinan dan pemegang saham, penanganan produk dan pelanggan, pemasok (*supplier*) serta komunikasi dan laporan.¹⁶

1) Perlindungan lingkungan

Perlindungan lingkungan dilakukan perusahaan sebagai wujud kontrol sosial yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan. Lingkungan tempat usaha harus dijaga keadaannya jangan sampai terjadi kerusakan, sehingga eksistensi perusahaan juga dapat terjamin. Contohnya: pengelolaan limbah yang dihasilkan sebagai residu dari proses produksi harus terlebih dahulu dinetralisir sebelum akhirnya dibuang.

2) Perlindungan dan jaminan karyawan

Tanpa karyawan perusahaan sudah dapat dipastikan tidak mampu menjalankan kegiatannya. Kesejahteraan karyawan merupakan hal mutlak yang menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam menghargai karyawannya. Pada saat karyawan merasa bahwa dirinya bersinergi dengan perusahaan, hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan. Perusahaan memberikan imbalan yang sesuai maka karyawan akan memberikan kontribusi yang positif demi perusahaan. Contohnya adalah dengan melaksanakan pelatihan bagi karyawan.

¹⁶Untung, Hendrik Budi, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) hlm 76

3) Interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat

Peran masyarakat dalam menentukan kebijakan perusahaan penting, sehingga perusahaan dengan masyarakat sekitar harus menjaga harmonisasi agar bersinergi. Pada saat masyarakat lokal memboikot keberadaan perusahaan ini merupakan masalah yang serius bagi keberlanjutan usaha. Contoh kegiatan ini adalah memperkerjakan native atau penduduk lokal di perusahaan.

4) Kepemimpinan dan pemegang saham

Pemegang saham merupakan pihak yang paling memiliki kepentingan terhadap pencapaian keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini disebabkan mereka telah berinvestasi dan mengharapkan hasil investasi yang paling maksimal dari saham yang mereka miliki. Contohnya: semua informasi tentang program yang dilakukan perusahaan dapat melibatkan pemegang saham dalam hal-hal yang bersifat non financial.

5) Penanganan pelanggan dan produk

Pada saat pelanggan merasa puas dengan produk yang dihasilkan maka mereka akan repeat order. Hal ini yang membuat bisnis dapat terus bergulir dan keuntungan dapat dinikmati. Pada saat hal-hal yang mendetail mengenai pelanggan diabaikan mereka akan melakukan *brandswitching*. Hal ini yang akan membuat perusahaan mengalami kerugian.

Contohnya adalah menanggapi keluhan pelanggan dengan menyediakan *customer service* yang mudah diakses.

d. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada prinsipnya CSR merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas dari pada sekadar kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik suatu perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggung jawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders*-nya dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholders*-nya dengan memperhatikan kualitas lingkungan ke arah yang lebih baik¹⁷

Kegiatan ini dapat dilakukan dalam bentuk membangun pola kemitraan dan pembinaan antara pengusaha besar, kecil, dan koperasi. Ada beberapa alasan mengapa perusahaan dilibatkan atau melibatkan diri dalam kegiatan sosial tersebut:

¹⁷Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 34.

- 1) Perusahaan dan karyawan adalah bagian integral dari masyarakat setempat.
- 2) Perusahaan telah diuntungkan dengan mendapatkan hak untuk mengelola sumber daya alam atau aktivitas lainnya yang ada dalam masyarakat dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Pada tingkat tertentu masyarakat telah berjasa dengan menyediakan tenaga profesional bagi perusahaan.
- 3) Perusahaan telah memperlihatkan komitmen moralnya untuk tidak melakukan aktivitas yang merugikan masyarakat.
- 4) Sebagai upaya menjalin interaksi dan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat, supaya keberadaan perusahaan dapat diterima di tengah-tengah masyarakat pada tingkat tertentu akan melahirkan rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan

e. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa filosofi pengelolaan kegiatan pertambangan tidak terlepas dari pasal 33 ayat (3) UUD 1945 yang mengatakan bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat. Sehingga pada bagian mengingat UU Minerba ditegaskan bahwa mineral dan batubara yang terkandung dalam wilayah hukum pertambangan Indonesia merupakan kekayaan alam. Karenaitu pengelolaannya

harus dikuasai oleh negara untuk memberi nilai tambah secara nyata bagi perekonomian nasional dalam usaha mencapai kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara berkeadilan.¹⁸

Oleh karena itu, pemerintah sebagai regulator dan fasilitator dalam pelaksanaan kegiatan industri sudah seharusnya menata sedemikian rupa agar kekayaan alam tersebut tidak hanya dinikmati oleh perusahaan pemegang izin, tetapi juga dinikmati oleh masyarakat. Adapun esensi pertimbangan penolakan tersebut adalah berkaitan dengan:

- 1) Dampak kerusakan sumber daya alam dan lingkungan sebagai dampak aktivitas dunia usaha telah sampai pada tingkat yang sangat mengkhawatirkan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan kebijakan negara dalam bentuk *affirmative regulation*.
- 3) Pelaku usaha harus membangun hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat sekitarnya, sehingga memberikan manfaat yang sebesar-besarnya untuk kemakmuran masyarakat dengan prinsip (membangun dan mendapat keuntungan tanpa mengorbankan kepentingan orang lain).
- 4) Berkaitan dengan prinsip legitimasi dimana perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai keadilan dan bagaimana

¹⁸*Ibid.* hlm. 271.

perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan.

Dengan demikian, CSR merupakan suatu keharusan yang harus dilaksanakan oleh pemegang izin perindustrian dengan mengacu pada ketentuan pasal 2 UU Minerba menegaskan bahwa dalam pengelolaan perindustrian mineral.¹⁹

2. Citra perusahaan

a. Pengertian Citra Perusahaan

Citra adalah penilaian pada satu objek terhadap objek lain yang terbentuk dari pemerosesan informasi dari waktu ke waktu yang berawal dari sumberterpercaya. Objek tersebut tdatap berasal dari individu maupun perusahaan yang terdiriatas kumpulan orang di dalamnya. Penilaian suatu objek atas objek lain jadi berubah, peristiwa ini menyebabkan informasi yang diperoleh masyarakat bisa beralih dari waktu ke waktu. Citra tidak dapat direkayasa maupun dimanipulasi, seluruh informasi yang disampaikan seluruhnya bersifat nyata, dapat dipastikan dan tidak bersifat subjektif. Citra yang baik akan menghasilkan profit tersendiri untuk perusahaan di mana profit tersebut mampu menghasilkan sebuah citra perusahaan.

Riodan Gatewood dan Bill menyatakan bahwa citra perusahaan termasuk sebuah peran dari symbol organisasi yang memutuskan tanggapan dari *stakeholder* tentang usaha yang

¹⁹*Ibid.*, hlm. 274.

diterapkan oleh perusahaan. Adapun pernyataan Tang Weiwei dan Samuel dimana citra perusahaan merupakan pandangan yang ada pada masyarakat kepada perusahaan. Kotler dan Rahmadani mengatakan bahwa citra perusahaan yang bermula dari tanggapan para pengguna terhadap seluruh penawaran yang dibagikan perusahaan serta diartikan menjadi sejumlah kepercayaan, tanggapan serta pandangan masyarakat terhadap perusahaan. Adanya kesan pengalaman serta pemahaman yang dirasakan pengguna pada perusahaan mampu menciptakan sebuah citra perusahaan serta menciptakan citra di pikiran para penggunanya. Maka dari itu perusahaan harus menciptakan sebuah citra yang baik di pikiran konsumen.

Citra perusahaan bisa berupa positif maupun negatif, sesuai dengan pengetahuan serta pengalaman yang dirasakan individu pada kegiatan perusahaan. Citra berupa positif berawal dari penilaian individu tentang keterangan serta reaksi mereka yang baik dinilai baik tentang sebuah perusahaan. Citra positif yang ada dalam sebuah perusahaan memberikan efek yang menguntungkan untuk perkembangan eksistensitas perusahaan.²⁰

b. Jenis – Jenis Citra

Menurut Frank Jefkins terdapat 6 jenis citra, yaitu :

²⁰Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman Hidayat, and Edy Yulianto, “*Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional*” (Survei pada Konsumen Unilever di Indonesia Mengenai Program ‘Project Sunlight’” 43, no. 1 (2017): 9.

- 1) Citra Bayangan (*Mirror Image*) Citra ini biasanya melekat kepada organisasi terkait pandangan orang lain. Pemimpin tersebut selalu merasa semua orang mempunyai pandangan yang positif terhadap organisasi. Biasanya, perasaan pemimpin tersebut tidak tepat karena hampir serupa dengan fantasi.
- 2) Citra yang Berlaku (*Current Image*) Citra yang berlaku merupakan kesan baik milik orang tentang organisasi atau hal lain berkaitan dengan produk.
- 3) Citra yang Diharapkan (*Wish Image*) Citra yang diharapkan adalah citra yang diinginkan manajemen atau organisasi.
- 4) Citra Perusahaan (*Corporate Image*) Berkaitan dengan sosok perusahaan untuk menciptakan citra positif, lebih dikenal serta diterima publik.
- 5) Citra Majemuk (*Multiple Image*) Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana pihak PR (*Public Relation*), misalnya mengenalkan identitas perusahaan.
- 6) Citra Penampilan (*Performance Image*) Citra penampilan ini lebih ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para profesional.²¹

c. Manfaat Citra Perusahaan

Menurut Sutojo, citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat -manfaat sebagai berikut :

²¹Sutojo, Siswanto, *Membangun Citra Perusahaan* (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2004) hlm 89.

- 1) Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap (*mid and long term sustainable competitive position*)
- 2) Menjadi perisai selama masa krisis (*an insurance for adverse times*)
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal (*attracting the best executives*)
- 4) Meningkatkan efektifitas strategi pemasaran (*increasing the effectiveness of marketing instrument*)
- 5) Peningkatan operasional (*cost saving*)²²

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan citra adalah suatu persepsi masyarakat terhadap suatu objek atau jati diri perusahaan

d. Faktor Pembentukan Citra

Citra sebuah organisasi terbentuk dari beragam sebab, antara lain:

1) Identitas Fisik

Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenalan visual, audio dan media komunikasi yang digunakan. Pengenal visual misalnya nama yang melekat, logo, gedung dan lobi sebuah kantor. Pengenalan audio misalnya sebuah organisasi memiliki jingle atau lagu yang mencerminkan corak organisasi. Pengenalan media berhubungan dengan media yang

²² *Ibid. Hlm 102*

digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa company profile, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Beragam pengenal tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi, misi dan sifat pemilik.

2) Identitas Nonfisik

Identitas nonfisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang. Misalnya, sejarah, filosofi, budaya di dalam organisasi, sistem punish and reward, susunan manajemen, kepercayaan dan nilai kemanusiaan yang ditanamkan dan lain sebagainya.

3) Kualitas Hasil, Mutu dan Pelayanan

Selain identitas, citra sebuah organisasi 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 tentu semakin baik. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi harus memaksimalkan pelayanan. Bentuk “pelayanan bintang lima” tentunya akan sangat berkesan dimata konsumen. Memaksimalkan pelayanan juga betuk *public relation* yang ideal.

4) Aktivitas dan Pola Hubungan

Jika sebuah organisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungann dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringan dan sumber daya diluar organisasi mencerminkan citra organisasi. Memberikan respon jujur dan memperlihatkan tanggung jawab adalah pola dasar.²³

e. Elemen Citra

Menurut Harrison informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan mempunyai empat elemen, yaitu:

- 1) *Personality* yaitu keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.
- 2) *Reputation*, hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain.
- 3) *Value*, nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan, dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pelanggan

²³Rosiana Andhikasari, "Faktor Pembentukan Citra Terhadap Opini Publik Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Tulungagung" P-ISSN 2086-6178 E-ISSN 2579-3292 Vol. 9 No. 1 (2018):23.

- 4) *Corporate Identity*, komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan, seperti logo, warna dan slogan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pelanggan.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan yaitu:

Tabel II. 1
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nasroh, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2011)	Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat Di Sekitar PT. Kuala Mas Sawit Abadi (KMSA) di Desa Mampang kecamatan Kota Pinang	Variabel independen: Kesejahteraan Hidup Masyarakat Variabel dependen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian Menyatakan bahwa kedua variabelber pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kesejahteraan masyarakat. ²⁵

²³felicia Tjoanda, *Citra kvh specialty coffee shop dimata konsumen*, Jurnal E-Komunikasi 4. no.1 (2016): 20.

²⁵Nasroh, “*Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat Di Sekitar PT. Kuala Mas Sawit Abadi (KMSA) di Desa Mampang kecamatan Kota Pinang*”, Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2011, hlm 46.

2.	Sukma Sari, Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar (2016)	Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Peningkatan Citra PT.Semen Sentosa.	Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel: Citra Perusahaan.	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kegiatan CSR berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. 26
3.	Oktina, D. A., Sari, S. E., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., dan Sanjaya, V. F. <i>Journal of Management Studies</i> Vol. 14 No, 2(2020)	Pengaruh Penerapan Strategi CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pertamina (Persero) Tahun 2018.	Variabel Dependen: Citra Perusahaan Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kegiatan CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan. 27
4.	Juri, Mat, and Sailawati, <i>Jurnal Akuntansi Multi Dimensi</i> Vol.3 No, 2 (2020).	Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea	Variabel Dependen: Citra Perusahaan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menjelaskan bahwa CSR berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. 28

²⁶Sukma Sari, “Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Peningkatan Citra PT.Semen Sentosa”, Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar 2016, hlm 50.

²⁷ Oktina, D. A., Sari, S. E., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., dan Sanjaya, V. F., “Pengaruh Penerapan Strategi CSR (*Corporate Social Responsibility*) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pertamina (Persero)”, *Journal of Management Studies* Vol. 14 No. 2, 2020, hlm 20.

²⁸ Juri, Mat, and Sailawati, “Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (Csr) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea Kaltim Plantations)”, *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi* Vol. 3 No. 2, 2020, hlm 9.

		Kaltim Plantations		
5.	Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman Hidayat, Edi yulianto, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 43 No.1 (2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Multinasional.	Variabel Dependen: Citra Perusahaan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Hasil penelitian menjelaskan bahwa CSR berpengaruh terhadap Citra Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk. ²⁹

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian sebelumnya dalam beberapa hal, yaitu :

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nasroh variabel X corporate social responsibility, dimana penelitian Nasroh di PT. Kuala Mas Sawit Abadi (KMSA) di Desa Mampang Kecamatan Kota Pinang
- b. Persamaan penelitian dengan peneliti Sukma Sari terdapat di variabel X dan Y dimana sama-sama menggunakan *corporate social responsibility* dan citra perusahaan dan dimana penelitian dari Sukma Sari berlokasi di PT.Semen Sentosa.
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Oktina, D. A., Sari, S. E., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., dan Sanjaya, V. F.yaitu terletak pada

²⁹ Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman Hidayat, Edi yulianto, “*Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Multinasional*”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 43 No.1,2017, hlm 15.

variabel X dan Y dimana sama-sama menggunakan *Corporate Social Responsibility* dan citra perusahaan, dimana penelitian dari Oktina, D. A., Sari, S. E., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., dan Sanjaya, V. F. berlokasi di PT. Pertamina sedangkan penelitian ini berlokasi di PT Sorik Marapi Geothermal Power.

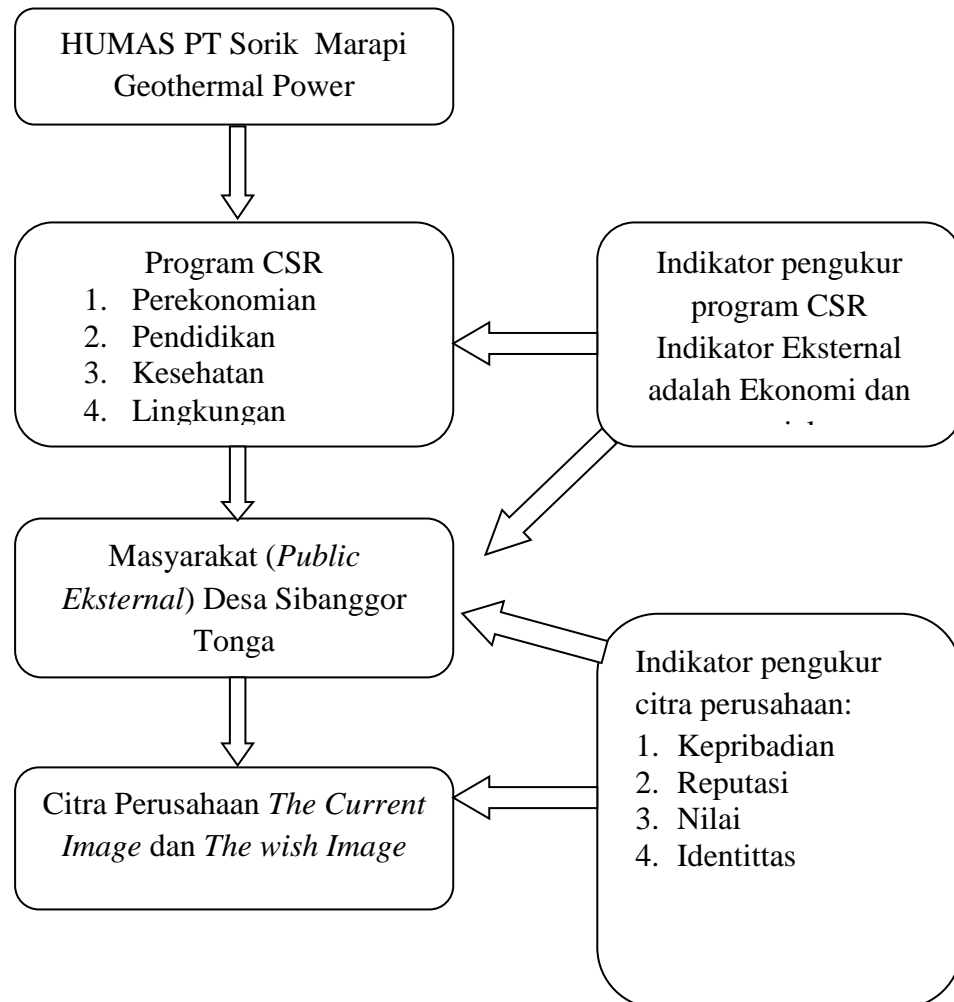
- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Juri, Mat, and Sailawati yaitu terletak pada variabel X dan Y dimana sama-sama menggunakan *Corporate Social Responsibility* dan citra perusahaan, dimana penelitian dari Juri, Mat, and Sailawati berlokasi PT.Rea Kaltim Plantations sedangkan penelitian ini berlokasi di PT Sorik Marapi Geothermal Power.

C. Kerangka Pikir

Strategi merupakan tindakan yang cukup baik untuk diterapkan oleh para manajer guna menghadapi dunia bisnis yang setiap tahun terus berkembang, berawal dari strategi pertanggungjawaban masyarakat sekitar perusahaan. Oleh karena itu, jika ingin menghadapi banyaknya pelaku bisnis yang bertambah maka jalan keluarnya berupa prosedur yang cukup tepat untuk ikut andil dalam dunia bisnis, strategi memiliki poin-poin tersendiri untuk menghadapi dunia bisnis modern. Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu:

Gambar1

Kerangka pikir



D. Hipotesis

Secara etimologis, hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersama menjadi *hypothesis* yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Penggunaan hipotesis dalam

penelitian karena hipotesis sesungguhnya baru sekadar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan.³⁰Sehubungan dengan

pengamatan dan penelitian terdahulu, maka terdapat pengaruh positif pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Citra Perusahaan PT Sorik Marapi Geothermal Power*. Dalam penelitian ini hipotesis yang di ajukan penulis adalah sebagai berikut:

H_a :”Terdapat pengaruh *corporate social responsibility (CSR) Citra Perusahaan PT Sorik Marapi Geothermal Power*”

³⁰Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm 75.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Sorik Marapi Geothermal Power yang bertempat di Desa Sibanggor Tonga Kecamatan Puncak Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini akan dilaksanakan pada Bulan Maret hingga Selesai.

2. Jenis penelitian

Menggunakan penelitian deskriptif dengan penelitian pendekatan kuantitatif.³¹ Metode deskriptif termasuk metode penelitian yang berupaya menjelaskan serta menginterpretasi objek berdasarkan dengan fakta yang sesungguhnya.³² Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dominan memakai angka, baik dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, dan hasilnya.³³

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan adalah seluruh kumpulan dari komponen-komponen yang akan dibuat kesimpulan. Sedangkan unsur merupakan subjek yang akan dilakukan pengukuran.

³¹Tim Penyusun, *Panduan Penulisan Skripsi* (STAIN Padangsidimpuan, 2015), hlm 45.

³²Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah* (bandung: tarsito, 1994), hlm 131.

³³Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm 36.

Banyaknya populasi yang akan dipakai dalam sebuah penelitian berdasarkan pada jangkauan kesimpulan yang akan dibentuk atau dihasilkan.³⁴ Pada penelitian ini yang menjadi populasi yaitu semua masyarakat Desa Sibanggor Tonga Kabupaten Mandailing Natal, seperti yang dipaparkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel III. 1
Data Jumlah Masyarakat Desa Sibanggor Tonga

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	314 jiwa
2	Perempuan	228 jiwa
Total		542

Sumber: Kantor Kepala Desa Sibanggor Tonga Tahun 2020

b. Sampel

Suharsimi Arikunto menyatakan bahwa "sampel penelitian yaitu sebagian ataupun mewakili dari jumlah populasi yang diteliti. Menurut Ahmad Nizar pengertian sampel yaitu sebagian dari objek yang akan diteliti dan dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili seluruh objek (populasi) yang akan diteliti.³⁵ Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel jika ingin menggeneralisasikan hasil penelitian sampel. Untuk memperoleh sampel peneliti menggunakan rumus sesuai pendekatan statistik menurut *Slovin*, yaitu:

Sampel adalah sebagian populasi yang memiliki karakteristik relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Sebagaimana

³⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm 130.

²⁷Ahmad Nizar, Op. Cit., 98.

disebutkan Suharsimi Arikunto bahwa apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua. Jika subjeknya besar atau lebih dari 100 dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung kemampuan peneliti dari berbagai macam segi.³⁶ Untuk menentukan sampel menggunakan rumus *Slovin* yaitu:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N= populasi

e=prosentasi kelonggaran ketidakterikan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

Diketahui jumlah populasi sebanyak 542 orang, masyarakat desa Sibanggor Tonga, tingkat presisi yang digunakan 10%. Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(Nxe^2)} = \frac{542}{1+(542 \times 0,1^2)} = 84,42 \text{ dibulatkan menjadi } 84 \text{ responden.}$$

Berdasarkan rumus diatas didapatkan 84 responden sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan memilih responden agar dapat mewakili penelitian ini dengan menggunakan tehnik *convenience sampling* yaitu sampel dengan pertimbangan

³⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992).

kemudahan merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan kemudahan saja.³⁷

4. Teknik dan Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian ini, penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Usaha untuk mendapatkan keterangan-keterangan ataupun informasi dari sumber-sumber yang ada kaitnya dengan masalah-masalah penelitian. Wawancara dilakukan dengan masyarakat Desa masyarakat Sibanggor Tonga.

b. Observasi

Yaitu penelitian yang pengambilan datanya bertumpu pada pengamatan langsung terhadap objek penelitian.

c. Kuisioner

Yaitu dengan mengajukan daftar pertanyaan yang diisi oleh masyarakat sebagai objek penelitian. Jenis pengukuran variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala Likert. Skala likert berisi pertanyaan yang sistematis untuk menunjukkan sikap responden terhadap pernyataan tersebut. Indeks ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban memiliki intensitas yang sama. Semua variabel akan menggunakan skala likert yang sudah dimodifikasi dimana responden memilih jawaban yang tersedia.

³⁷Juliansah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011).hlm 65

Skala ini menurut Muller memiliki 5 (lima) atau 7 (tujuh) kategori peringkat dari sangat tidak setuju sangat setuju. Pengilangan jawaban di tengah berdasarkan tiga alasan yaitu (1) kategori ragu-ragu memiliki arti ganda, bisa di artikan netral, (2) tersedianya jawaban yang di tengah menimbulkan kecenderungan menjawab ketengah (*netral tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawaban. (3) maksud kategori jawaban sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau kearah tidak setuju. Untuk jawaban positif di berikan nilai 5-4-3-2-1.

5. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas atau instrumen penelitian ini adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak di ukur³⁸ dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan dengan bentuk aplikasi Software *SPSS versi 23.00* untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikansi 0,05 berdasarkan krateria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)

³⁸Sukardi, metodologi penelitian (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 122.

- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

b. Uji Reliabilitas

Syarat lainnya yang juga penting bagi seorang peneliti adalah reliabilitas suatu instrument penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi apabila tes yang di buat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur hendak yang di ukur. Uji reabilitas di lakukan dengan aplikasi *Software SPSS versi 23.00* untuk memperoleh hasil yang terarah. Uji signifikansi dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05. Artinya kepuasan dapat dilakukan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis products momen atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0,60.

c. Uji Normalitas

Pengujian analisis data dapat dilakukan dengan menguji normalitas data dengan menggunakan program *SPSS versi 22*. Uji normalitas yaitu guna mengetahui apakah nilai dari regresi distribusi normal atau tidak. Model yang baik yaitu memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.³⁹ Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria yang digunakan yaitu apabila hasil perhitungan *Kolmogorov-Smirnov* jika signifikan

³⁹Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), 261.

$> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Sedangkan data dinyatakan berdistribusi tidak normal jika signifikan $< 0,05$.⁴⁰

d. Uji Linearitas

Uji linieritas berguna untuk menunjukkan apakah dua variabel memiliki keterikatan yang linier ataupun tidak secara signifikan. Uji ini umumnya dipakai untuk prasyarat menganalisis korelasi atau regresi linier. Pengujian *SPSS* dengan memakai *Test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi *deviation from linearity* lebih dari 0,05, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai signifikansi *deviation from linearity* kurang dari 0,05, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan bantuan *Software SPSS versi 23.00*.

e. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang berguna untuk menjelaskan keterikatan matematis antara variabel respons dan variabel penjelas.⁴¹ Analisis regresi sederhana termasuk sebuah cara yang dipakai guna membentuk sebuah persamaan yang menghubungkan antar variabel tidak bebas (Y) terhadap variabel

⁴⁰Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengelola Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm 78.

⁴¹Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm 61.

bebas (X) serta bersamaan dalam menentukan nilai ramalan atau dugaan.

Adapun bentuk persamaan regresi sederhana yang dipakai pada penelitian ini adalah:⁴²

$$Y = a + bX + e$$

Dari persamaan regresi sederhana di atas, peneliti menurunkan persamaan regresi yaitu:

$$CSR = a + b CP + e$$

Dimana: CSR = *Corporate Sosial Responsibility*

a = Konstanta

b = Angka atau arah koefisien yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun .

CP = Citra Perusahaan

e = *Error*/Variabel Pengganggu

f. Uji Hipotesis.

1. Koefisien Determinasi (R)²

Koefisien determinasi (R²) berguna mengukur sejauh mana kemampuan model dan menjelaskan perbedaaan variasi terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu diantara nol dan satu. Apabila Koefisien determinasi (R)² menuju satu maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Ini

⁴²Sugiyono, Op. Cit., 75.

berarti instrumen yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang di teliti terhadap variabel dependen.⁴³ Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

2. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi dengan Uji t

Uji t dilakukan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikan 0,05. Dalam penelitian ini menggunakan nilai probabilitas yang akan dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁴⁴

⁴³Mudjarat Kuncoro, Op. Cit., 240.

⁴⁴Muhammad Firdaus, *ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011).

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran umum lokasi penelitian

1. Sejarah Singkat PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP)

PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) awal mulanya adalah anak perusahaan dari OTP Geothermal, pembangkit tenaga panas bumi yang berada di wilayah Desa Sibanggor Julu, Sibanggor Tonga, Hutnamle, Hutalombang, Mandailing Natal Sumatera Utara. Perusahaan ini adalah perusahaan Konsorsium dari *Origin Energy* 47,5%, *Tata Power* 47,5% dan *Supraco Indonesia* 5%. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2010. Di perkirakan akan menghasilkan energi listrik sebesar 240 MW. Nilai investasi yang kucurkan untuk proyek ini sebesar \$ 850 juta, nilai investasi dari *Tata Power* \$ 125 juta. Pada tahun 2016, saham PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) di akuisi oleh KS ORKA (KS ORKA Renewables pe ldt).⁴⁵

KS ORKA merupakan perusahaan Konsorsium antara Hugar Orka ehf dari Islandia dan Zinjiang Kaishan Compressor ltd. KS ORKA (KS ORKA Renewables pe ldt) telah merampungkan perjanjian untuk mengakuisisi 100% OTP Geothermal Pte ltd (OTP) dari *origin energy Geothermal Singapore Pte ltd* (*origin Energy* dan *tata power internasional Pte (Tata Power) OTP*, sebuah usaha patungan antara *Origin energy* dan *Tata Power*, menguasai porsi kepemilikan

⁴⁵<http://www.ksorka-sorikmarapi.com/id/about-us.html>, diakses pada tanggal 21 Agustus 2020 pukul 20:00.

sebesar 95% di dalam perusahaan Indonesia PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) yang saat sedang mengembangkan proyek listrik Geothermal 240 MW di Sumatera Utara. CEO KS Orka mengatakan, KS Orka ingin menjadikan pengembangan dan operator global terdepan untuk proyek-proyek Geothermal. KS Orka telah memprioritaskan investasi di Indonesia dan menargetkan pengembangan kapasitas tenaga listrik sebesar 500 MW dalam 5 tahun ke depan. Untuk mencapai sasaran ini di perkirakan membutuhkan investasi sekurang-kurangnya USD 2 Milyar dan proyek Sorik Marapi adalah langkah penting untuk menuju dan mencapai sasaran ini. KS Orka menggabungkan keahlian dan keterampilan pengembangan proyek Geothermal yang dimiliki oleh Hugar Orka dengan teknologi pembangkit listrik dan manufaktur yang di miliki oleh Kaishan, gabungan dari kedua kemampuan ini mewujudkan terbentuknya satu-satunya perusahaan energi limbah dan Geothermal yang terintegritas secara vertikal di Asia.

PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) yang mayoritas sahamnya 95% dimiliki oleh KS Orka Renewables Pte Ltd, perusahaan pengembangan operator panas bumi yang berbasis di Singapore, melalui proyek ini pada pertengahan tahun 2016. Dalam tiga setengah tahun terakhir telah menyelesaikan pengeboran sumur pertama (15 Oktober) hingga operasi (COD 1 Oktober 2020) untuk unit I. Target pengembangan selanjutnya yaitu unit 2 45 MW ditargetkan beroperasi

akhir tahun 2020, unit 350 MW akhir tahun 2021, dan unit 450 MW ditargetkan beroperasi 2023.⁴⁶

Gambar IV.1
Logo Perusahaan



2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP)

Untuk memberikan tenaga panas bumi dengan cara yang bersih, aman dan bertanggung jawab untuk kepentingan masyarakat Indonesia dengan menerapkan model bisnis inovatif KS Orka untuk mengembangkan dan mempercepat proyek pembangkit listrik tenaga panas bumi, dengan target hingga 1000 MW di Indonesia pada tahun 2022.

b. Misi PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP)

- 1) Menjadikan perusahaan yang tulus, adil dan terus terang, memperlakukan rekan kerja dan komunitas kita dengan bermartabat dan menghargai perbedaan, perasaan, dan kontribusi individual kita.

⁴⁶<http://ebtke.esdm.go.id/post/2020/02/17/2477/pltp.sorik.marapi.proyek.panas.bumi.berdurasi.tercepat>. di akses pada tanggal 20 September 2020 pukul 13:00.

- 2) Merespon dengan cepat dan efektif terhadap informasi baru.
Pekerjaan kita dinamis, membutuhkan kita untuk berpikiran terbuka dan fleksibel dalam pendekatan kita.

3. Gambaran Umum Perusahaan

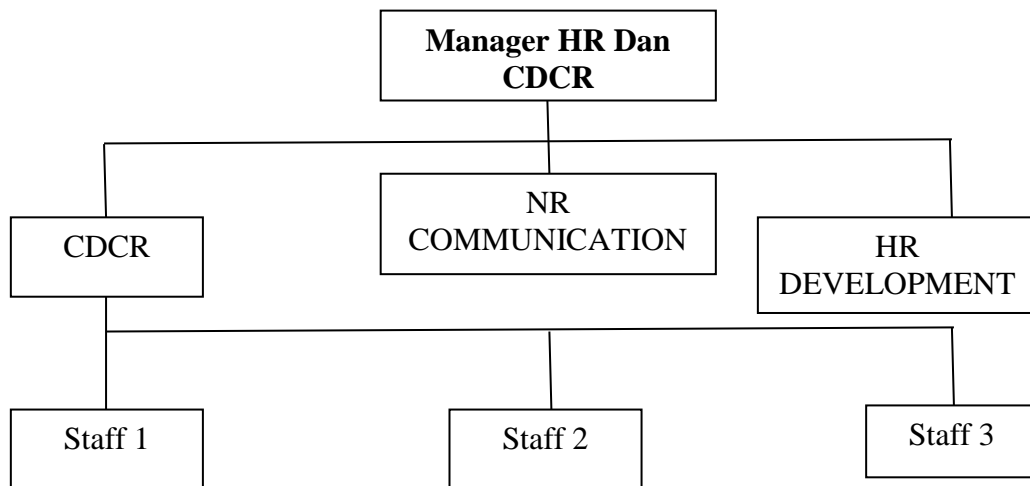
- a. Alamat PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP)
Recapital Building Lt 5 Jl. Adityawarman Kav.55 Kebayoran Baru Jakarta. Desa Purba Lamo Kecamatan Lembah Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Nata Provinsi Sumatera Utara.
- b. Wilayah kerja perusahaan meliputi 3 Kecamatan, yaitu Kecamatan Puncak Sorik Marapi, Lembah Sorik Marapi, dan Panyabungan Selatan.
- c. Topografi
Kondisi topografi wilayah kerja: rata, bergelombang, dan berbukit. Ketinggian 0-2, 45 m di atas permukaan laut (dpl).
- d. Jumlah Tenaga kerja
Karyawan tetap terdiri dari 112 orang dan non staf 95 orang, karyawan bulan berjumlah 1020 orang.

B. Struktur Organisasi CDCR

Struktur organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Struktur organisasi juga dapat memberikan gambaran secara skematis tentang hubungan kerjasama antara

orang-orang yang terdapat dalam organisasi dengan jelas.⁴⁷ Adapun struktur organisasi pada PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) :

Gambar IV.2
Struktur Organisasi



Sumber: Tim CDCR

Tugas Pokok, Fungsi dan Uraian Tugas CDCR PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) terdiri dari :

- a. Manager HR dan CDCR
- b. CDCR
- c. NR Communication
- d. HR Development
- e. Staff 1
- f. Staff 2
- g. Staff 3

⁴⁷ Effendhie Machmoed, *Pengantar Organisasi* (Jakarta: Bumi Perkasa 2014), hlm.34

C. Uraian Tugas Instansi

1. Manager dan CDCR
 - a. Sebagai pengawas dari jalannya operasional CSR yang dilaksanakan oleh unit CDCR
 - b. Sebagai pengawas dari jalannya operasional serta pemerataan Sumber
2. CDCR
 - a. Sebagai pengawas langsung operasional CDCR
 - b. Sebagai penanggung jawab mitra binaan CDCR
3. Staff 1
 - a. Menerima Proposal Calon Mitra Binaan
4. Staff 2
 - a. Melakukan Interview dengan calon peserta penerima CSR
5. Staff 3
 - a. Melakukan *Survey on the spot*
 - b. Mengikuti kegiatan pelatihan ketetampilan

Seluruh staff memiliki tugas yang sama karena menerapkan Sistem Kerja Matriks yang dimana disaat salah satu staff tidak dapat hadir operasional masih dapat berlangsung.

D. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendapatan.

E. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Berikut uji validitasi *Corporate Sosial Responsibility* dan Citra Perusahaan

Tabel IV. 1
Uji Validitas Corporate Sosial Responsibility

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,570	0,214	Valid
Soal 2	0,606		Valid
Soal 3	0,654		Valid
Soal 4	0,610		Valid
Soal 5	0,568		Valid
Soal 6	0,609		Valid
Soal 7	0,621		Valid
Soal 8	0,399		Valid
Soal 9	0,588		Valid
Soal 10	0,403		Valid
Soal 11	0,529		Valid
Soal 12	0,282		Valid
Soal 13	0,600		Valid
Soal 14	0,453		Valid
Soal 15	0,484		Valid
Soal 16	0,294		Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Uji validitas *Corporate Sosial Responsibility* pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai citra perusahaan dari soal 1 sampai dengan soal 16 adalah valid. Karena keenam belas item tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=84$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,214. Sehingga keenam belas item angket *Corporate Sosial Responsibility* dinyatakan valid.

Tabel IV. 2
Uji Validitas Citra Perusahaan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Soal 1	0,572	0,214	Valid
Soal 2	0,637		Valid
Soal 3	0,627		Valid
Soal 4	0,648		Valid
Soal 5	0,606		Valid
Soal 6	0,589		Valid
Soal 7	0,633		Valid
Soal 8	0,631		Valid
Soal 9	0,383		Valid
Soal 10	0,549		Valid
Soal 11	0,397		Valid
Soal 12	0,511		Valid
Soal 13	0,246		Valid
Soal 14	0,595		Valid
Soal 15	0,414		Valid
Soal 16	0,456		Valid
Soal 17	0,232		Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Uji validitas citra perusahaan pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai citra perusahaan dari soal 1 sampai dengan soal 17 adalah valid. Karena ketujuh belas item tersebut memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=84$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,214. Sehingga ketujuh belas item angket citra perusahaan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koefisien dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

a. Uji Reliabilitas *Corporate Sosial Responsibility*

Uji reliabilitas pada variabel *Corporate Social Responsibility* dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* untuk mengetahui apakah reliabel atau tidak dari variable variabel *Corporate Social Responsibility*. Hasil uji reliabilitas pada variabel *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.3
Uji Reliabilitas Corporate Sosial Responsibility

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	16

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa variabel variabel *Corporate Social Responsibility* adalah reliabel. Nilai *Cronbach Alpha* >0,60 yaitu 0,815.

b. Uji Reliabilitas Citra Perusahaan

Uji reliabilitas pada Citra Perusahaan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* untuk mengetahui apakah reliabel atau tidak dari variable Citra Perusahaan. Hasil uji reliabilitas pada Citra Perusahaandalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.4
Uji Reliabilitas Citra Perusahaan

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	17

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa variabel corporate Citra Perusahaan adalah reliable. Nilai *Cronbach Alpha* >0,60 yaitu 0,711.

3. Uji Normalitas

Berikut ini hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada Tabel IV.5 dibawah ini.

Tabel IV.5
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.95650043
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.062
Test Statistic		.813
Asymp. Sig. (2-tailed)		.523 ^{c,d}

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji Normalitas diatas yang menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* maka, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,523 > 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut berdistribusi secara normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis regresi linier.

Tabel IV.5
Uji Linearitas

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
Citra Perusahaan* CSR	Between Groups	(Combined)	1375.900	31	44.384	.816	
		Linearity	188.389	1	188.389	3.463	.068
		Deviation from Linearity	1187.511	30	39.584	.728	.824
	Within Groups	2829.100	52	54.406			
	Total	4205.000	83				

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Hasil uji linearitas antara *Corporate Sosial Responsibility* dan citra perusahaan berdasarkan pada tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai signifikansi *deviation from linearity* lebih dari 0,05. Nilai signifikan $0,824 > 0,05$. Berarti data variabel *Corporate Social Responsibility* dan citra perusahaan memiliki hubungan yang linear.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap citra perusahaan (Y). Adapun hasil koefisien regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.6
Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	49.031	5.393		9.092	.000
CSR	.177	.090	.212	1.961	.053

Sumber: Hasil Olahan Data, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan regresi berganda yang ditunjukkan dalam tabel IV.6 maka diperoleh persamaan regresi sederhana di bawah ini.

$$\text{CSR} = 49.031 + 0.177 \text{ CP} + e$$

Persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta = 49.031

Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh yang signifikan variabel independen (*Corporate Social Responsibility*). Bila variabel dependen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel Citra Perusahaan akan naik atau terpenuhi.

- b. CSR (X) = 0.177

Merupakan nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Citra Perusahaan (Y) artinya jika variabel *Corporate Social Responsibility* (X) mengalami kenaikan satu kesatuan, maka Citra Perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.177, koefisien bernilai

positif artinya antara variabel *Corporate Social Responsibility* (X) dan Citra Perusahaan (Y) hubungan yang signifikan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel IV.7 dibawah ini.

Tabel IV.7
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.212 ^a	.042	.030	6.999

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.7 di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai R sebesar 0.212 berarti hubungan antara CSR (X) terhadap Citra Perusahaan (Y) sebesar 0.212 Artinya, hubungan antar variabel tergolong sangat erat.
- 2) Nilai R Square adalah 0.042. Hal ini berarti 42,0% Citra Perusahaan (Y) PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) dipengaruhi oleh variabel variabel *Corporate Social Responsibility* (X). Sedangkan sisanya 58.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

b. Uji t (Parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Tabel IV.8
Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	49.171	5.527		8.896	.000
CSR	.185	.098	.204	1.887	.063

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Untuk t_{tabel} diperoleh rumus $df = n - k$ atau $84 - 1 - 1 = 82$, dengan signifikan $5\% = 0,05$. Jadi hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,98969. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.

Berdasarkan tabel IV.8 di atas dapat disimpulkan bahwa signifikansi hubungan antara variabel dengan menggunakan uji-t dapat diketahui, variabel *Corporate Social Responsibility* (X) sebesar $1,887 > 1,98969$, berarti variabel *Corporate Social Responsibility* (X) tidak berpengaruh secara parsial terhadap citra perusahaan.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP)

Pada penelitian ini, 84 pernyataan kuesioner dari 2 (dua) variabel yaitu variabel *Corporate Social Responsibility* (X), dan Citra Perusahaan

(Y) telah dibagikan kepada 84 responden pada masyarakat yang bergabung pada program CDCR (*Community Development Community Relation*) PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP).

Berdasarkan hasil penelitian ini sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, menunjukkan bahwa hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan menyatakan bahwa data tersebut nilai signifikan (*asympt. Sig 2-tailed*) 0,523 karena nilai signifikan lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X), dan Citra Perusahaan (Y) berdistribusi normal.

Hasil uji koefisien determinasi yang bertujuan untuk melihat besarnya hubungan antara kedua variabel pengaruh variabel bebas yaitu variabel *Corporate Social Responsibility* (X), terhadap variabel terikat yaitu Citra Perusahaan (Y) secara simultan. Berdasarkan hasil yang didapat nilai R sebesar 0.212, berarti hubungan antara variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap Citra Perusahaan (Y) sangat erat. Kemudian, untuk melihat seberapa besar variabel *Corporate Social Responsibility* (X) mempengaruhi Citra Perusahaan (Y), dapat dilihat dengan nilai R Square. Nilai R Square yang didapat adalah 0.042. Hal ini berarti 42.0% Citra Perusahaan (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel *Corporate Social Responsibility* (X). Sedangkan sisanya 58.0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

G. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan penelitian pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada *Corporate Social Responsibility* dan citra perusahaan sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat diteliti.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan dan terkadang tidak memiliki waktu yang banyak sehingga terjadi kelemahan emosional dalam mengisi kuesioner.
3. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya bisa meneliti di Desa Sibanggor Tonga Kecamatan Puncak Sorik Marapi Kabupaten Mandailing Natal

Walaupun demikian peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

KESIMPULAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jika hasil pengujian secara parsial (Uji-t) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) pada program CDCR (*Community Development Community Relation*). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra yang bagus akan dipengaruhi dengan berjalannya semua kegiatan program CSR perusahaan, sebaliknya tidak berjalan semua kegiatan program CSR dari perusahaan maka citra perusahaan kurang bagus dimata masyarakat. Dengan kata lain, program CDCR (*Community Development Community Relation*) berpengaruh tidak signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP).

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dirumuskan beberapa hal yang dapat menjadi masukan atau saran, diantaranya sebagai berikut:

1. Agar kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) lebih diutamakan di sekitaran area lokasi pengeboran sumur panas bumi dengan tujuan masyarakat sekitar lebih dahulu dibantu karena dekat dengan perusahaan.

2. Agar pihak PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) dapat menjalankan kegiatan CSR yang lebih baik lagi, karena hal ini yang merupakan bagian dari tugas divisi kehumasan dalam upaya meningkatkan citra perusahaan.
3. PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) harus tetap menjalin hubungan sosial yang lebih baik dengan masyarakat dan mendukung perkembangan masyarakat dengan merubah cara pandang masyarakat dalam memperhatikan segala aspek kehidupannya guna meningkatkan kesehatan publik, keamanan, lingkungan, maupun kesejahteraan masyarakat.
4. PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) perlu lebih menunjukkan keseriusannya dalam memperhatikan kesejahteraan masyarakat dengan cara membuktikan komitmennya bahwa progam CSR tetap dilakukan secara teratur dan juga mendukung kegiatan kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.
5. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa PT Sorik Marapi Geothermal Power (SMGP) peduli atas setiap hal atau peristiwa yang bersangkutan dengan masyarakat, maka perusahaan dapat memberikan dana atau berbagai macam kontribusi lainnya, dengan cara mendukung pengumpulan dana, partisipasi dan rekrutmen sukarelawan untuk aksi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Andi Mapisangka. *Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat,* "Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan, Vol. 1, No. 1, 2009
- Rahmayanti. *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada CV. Putra Kaltim Samarinda,* eJournal Ilmu Administrasi Bisnis Vol. 2, No.2, 2014
- Anggoro, M. Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia.* Jakarta: Bumi Aksara 2000
- ahmad Nizar. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung: Cita pustaka Media 2014
- Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility.* Jakarta: Rajawali Pers 2012
- Mohd, Zulfsdli. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Oleh PT.RAPP Terhadap Citra Positif Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Pangakalan Kerinci Timur Kecamatan Pangakalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan Pekanbaru:* Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2012
- Saidi, Abidin. *Corporate Social Responsibility Alternatif bagi Pembangunan.* Jakarta: ICSD Indonesia 2004
- Wibisono, Yusuf. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR.* Gresik: Fascho 2010
- Kotler, Philip dkk. *Manajemen Pemasaran Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1.* Jakarta : Erlangga 2009
- Ismail Solihin. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility).* Jakarta: PT Gramedia 2009
- Departemen Agama RI Al-Hikmah. *Qur'an Dan Terjemahan.* Bandung: Diponegoro, 2015
- Untung, Hendrik Budi. *Corporate Social Responsibility.* Jakarta: Sinar Grafika, 2009
- Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman Hidayat, and Edy Yulianto. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional* Survei pada Konsumen Unilever di Indonesia Mengenai Program 'Project Sunlight Vol. 43, No.1, 2017

- Nasroh. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat Di Sekitar PT. Kuala Mas Sawit Abadi (KMSA) di Desa Mampang kecamatan Kota Pinang*. Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2011
- Sukma Sari. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Citra PT.Semen Sentosa*. Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar 2016
- Oktina, D. A., Sari, S. E., Sunardi, I. A., Hanifah, L. N., dan Sanjaya, V. F. *Pengaruh Penerapan Strategi CSR (Corporate Social Responsibility) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pertamina (Persero)*. *Journal of Management Studies* Vol. 14, No. 2, 2020
- Juri, Mat, and Sailawati. *Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea Kaltim Plantations*. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi* Vol. 3, No. 2, 2020
- Novia Dessy Kartikasari, Kadarisman Hidayat, Edi yulianto. *Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Multinasional*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 43, No.1,2017
- Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005
- Tim Penyusun. *Panduan Penulisan Skripsi*. STAIN Padangsidempuan, 2015
- Winarno Surakhmad. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: tarsito, 1994
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Riset Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Juliansah Noor. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011
- Sukardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2007
- Duwi Priyatno. *SPSS 22: Pengelola Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014

Muhammad Firdaus. *ekonometrika: Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011

Sumber Lainnya:

<https://ebtke.esdm.go.id/post/2020/02/17/2477/pltp.sorik.marapi.proyek.panas.bumi.berdurasi.tercepat>di Akses Pada Tanggal 30 Maret 2020, Jam 22:53 WIB.

<http://medan.tribunnews.com/tag/sujatmiko> oleh Sujatmiko. Diakses pada tanggal 19 Juni pukul 16.36 WIB).

CURUCULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : ARMADI HAMZAH
Nim : 16 402 00281
Tempat/Tanggal Lahir : Sibanggor Julu, 16 Juni 1997
Jenis Kelamin : Laki-laki
Anak Ke : 4 dari 6 bersaudara
Alamat : Sibanggor Julu, Kecamatan Puncak Sorik Marapi,
Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara
Agama : Islam
No. HP : 0821-6297-1581

DATA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Sapar Nasution
Pekerjaan : Tani
Nama Ibu : Rohima Tanjung
Pekerjaan : Tani
Alamat : Sibanggor Julu, Kecamatan Puncak Sorik Marapi,
Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 147 Sibanggor Tonga
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 1 Puncak Sorik Marapi
Tahun 2013-2016 : SMA Negeri 1 Panyabungan Selatan
Tahun 2016-2021 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidempuan

MOTTO HIDUP

“Bangkitlah dari kegagalan dan habiskan jatah gagalmu, sampai hanya tersisa jatahmu untuk sukses”

