

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN PADA PT INDOTIRTA SUAKA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Eko Prasetyo
140910229**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN PADA PT INDOTIRTA SUKA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Eko Prasetyo
140910229**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Eko Prasetyo
NPM/NIP : 140910229
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Indotirta Suaka Batam”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 30 Januari 2018

Materai 6000

Eko Prasetyo
140910229

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN PADA PT INDOTIRTA SUAKA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Eko Prasetyo
140910229**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 30 Januari 2018

**Syaifullah, S.E., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* dan kinerja perusahaan terhadap citra perusahaan pada PT Indotirta Suaka Batam. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang mengetahui dan menerima bantuan CSR, di sekitar perusahaan sebanyak 180 responden. Sampel yang digunakan sebanyak 124 responden dengan menggunakan metode teknik *Judgment Sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,440 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,97976 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) pada taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($Sign.t < \alpha$) dan kinerja perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,056 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,97976 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) pada taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($Sign.t < \alpha$). *corporate social responsibility* dan kinerja perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dengan hasil perhitungan F_{hitung} sebesar 72,708 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,07 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($Sign.t < \alpha$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan kinerja perusahaan berpengaruh terhadap citra perusahaan pada PT. Indotirta Suaka Batam.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Kinerja perusahaan dan Citra Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of corporate social responsibility and company performance on corporate image at PT. Indotirta Suaka Batam. This type of research is quantitative. The population in this study is the entire community around the company as many as 180 respondents. The sample used was 124 respondents using Judgment Sampling technique method. The result of this research indicate that independent variable that is corporate social responsibility have a positive and significant effect to corporate image with the calculation results obtained t_{count} 4,440 while t_{table} equal to 1,97976 ($t_{count} > t_{table}$) at significance level equal to 0.000 less than 0,05 ($Sign.t < \alpha$) and company performance have positive and significant effect to corporate image with the calculation results obtained t_{count} of 6,056 while t_{table} equal to 1,97976 ($t_{count} > t_{table}$) at significance level equal to 0.000 less than 0,05 ($Sign.t < \alpha$). Corporate social responsibility and company performance simultaneously have positive and significant effect to corporate image with the calculation results obtained F_{count} equal to 72,708 whereas F_{table} equal to 3,07 ($F_{count} > F_{table}$) with significance level 0.000 less than 0,05 ($Sign.t < \alpha$). The results of this study indicate that corporate social responsibility and corporate performance affect to corporate image at PT. Indotirta Suaka Batam.

Keywords: *Corporate Social Responsibility Corporate Performance and Corporate Image*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam. Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati.

Ucapan rasa terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Secara khusus rasa terima kasih tersebut peneliti sampaikan kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Bapak Suhardianto, S. Hum., M.Pd
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Tim Dosen Penguji
6. Keluarga tercinta, Istri, terutama anak-anakku yang selalu memberi semangat dan motivasi untuk menjadi yang terbaik.

7. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
8. Management PT Indotirta Suaka, terutama Bapak Achmad Tjatur Isnandar dan Bapak Arif Eka Susila yang telah mendukung dan menyediakan waktu dan tempat untuk melakukan penelitian.
9. Teman-teman kerja di PT Indotirta Suaka terutama di lingkungan kerja kantor Tiban.
10. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dan menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Teman-teman seperjuangan Universitas Putera Batam Angkatan 2014 terutama group jangkrik rempong yang saling memberikan masukan dan semangat selama menuntut ilmu di Strata Satu Manajemen.

Semoga Allah SWT selalu membalas semua kebaikan dan mencurahkan hidayah serta rahmat-Nya, Aamiin.

Batam, 30 Januari 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Identifikasi Masalah	7
1.3.Batasan Masalah.....	8
1.4.Rumusan Masalah	8
1.5.Tujuan Penelitian.....	8
1.6.Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Teori Dasar.....	11
2.1.1.Pengertian Sumber Daya Manusia	11
2.1.2.Citra Perusahaan	12
2.1.2.1.Pengertian Citra Perusahaan.....	12
2.2.2.2.Indikator-Indikator Citra Perusahaan	14
2.1.3.Corporate Social Responsibility	16
2.1.3.1.Pengertian Corporate Social Responsibility.....	16
2.1.3.2.Tujuan Corporate Social Responsibility.....	17
2.1.3.3.Implementasi Corporate Social Responsibility.	19
2.1.3.4.Indikator-Indikator Corporate Social Responsibility.	19
2.1.4.Kinerja Perusahaan.....	20
2.1.4.1.Pengertian Kinerja Perusahaan.....	20
2.1.4.2.Indikator-Indikator Kinerja Perusahaan.	21
2.2.Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.Kerangka Pemikiran.	25
2.4.Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Desain Penelitian	28
3.2.Operasional Variabel	28
3.2.1.Variabel Independen.....	29
3.2.2.Variabel Dependen	30
3.3.Populasi dan Sampel	30
3.3.1.Populasi	30
3.3.2.Sampel	31
3.4.Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.Metode Analisis Data.....	33
3.5.1.Analisis Deskriptif.....	34
3.5.2.Uji Kualitas Data	34
3.5.2.1.Uji Validitas Data	35
3.5.2.2.Uji Realiabilitas Data	36
3.5.3.Uji Asumsi Klasik	38
3.5.3.1.Uji Normalitas	38
3.5.3.2.Uji Multikolinearitas	38
3.5.3.3.Uji Heteroskedastisitas	39
3.5.4.Uji Pengaruh.....	39
3.5.4.1.Uji Linier Berganda.....	39
3.5.4.2.Analisa Koefisien Determinasi(R^2)	40
3.5.5. Rancangan Uji Hipotesis	41
3.5.5.1.Uji T	42
3.5.5.2.Uji F.....	43
3.6.Lokasi Dan Jadwal Penelitian.	44
3.6.1.Lokasi Penelitian	44
3.6.2.Jadwal Penelitian	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.Profil Responden PT Indotirta Suaka Kota Batam.....	46
4.1.1.Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	46
4.1.2.Karakteristik Usia Responden	47
4.1.3.Pendidikan Terakhir Responden	49
4.2.Hasil Penelitian.....	50
4.2.1.Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	50
4.2.1.1.Variabel Corporate Social Responsibility (X_1)	51

4.2.1.2.Variabel Kinerja Perusahaan(X_2)	54
4.2.1.3.Variabel Citra Perusahaan (Y).....	55
4.2.2.Hasil Uji Kualitas Data.....	59
4.2.2.1.Hasil Uji Validitas Data	59
4.2.2.2.Hasil Uji Reliabilitas Data	61
4.2.3.Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.3.1.Hasil Uji Normalitas.....	62
4.2.3.2.Hasil Uji Multikolinearitas	65
4.2.3.3.Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.2.4.Hasil Uji Pengaruh Regresi Linear Berganda	67
4.2.5.Hasil Uji Hipotesis	69
4.2.5.1.Hasil Uji T atau Uji Parsial	69
4.2.5.2.Hasil Uji F atau Uji Simultan	70
4.2.6.Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3.Pembahasan	72
4.3.1.Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan....	73
4.3.2.Pengaruh Kinerja Perusahaan Terhadap Citra Perusahaan	75
4.3.3.Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Citra Perusahaan.....	76

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan.....	78
5.2.Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1. PENDUKUNG PENELITIAN

LAMPIRAN 2. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1.Kerangka Pemikiran	26
GAMBAR 4.1.Grafik Jenis Kelamin Responden	47
GAMBAR 4.2.Grafik Usia	48
GAMBAR 4.3.Grafik Pendidikan.....	50
GAMBAR 4.5.Hasil Uji Normalitas - Regression.....	63
GAMBAR 4.6.Hasil Uji Normalitas – Normal Probabilitiy.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1.Pengaduan Masyarakat Terhadap PT Indotirta Suaka	6
TABEL 2.1. Jurnal Penelitian Terdahulu.....	22
TABEL 3.1.Operasional Variabel X.....	29
TABEL 3.2.Operasional Variabel Y	30
TABEL 3.3.Skor <i>Skala Likert</i>	33
TABEL 3.4.Tingkat Validitas	36
TABEL 3.5.Tingkat Reliabilitas	37
TABEL 3.6.Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	41
TABEL 3.7.Jadwal Penelitian.....	45
TABEL 4.1.Indeks Jenis Kelamin Responden.....	46
TABEL 4.2.Indeks Usia Responden	47
TABEL 4.3.Indeks Pendidikan Responden	49
TABEL 4.4.Tanggapan Responden Terhadap Indikator Corporate Social Responsibility (X_1).....	51
TABEL 4.5.Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Perusahaan (X_2)	54
TABEL 4.6.Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Perusahaan (Y).....	56
TABEL 4.7.Hasil Uji Validitas Variabel Corporate Social Responsibility (X_1)...59	59
TABEL 4.8.Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Perusahaan (X_2).....	60
TABEL 4.9.Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (Y)	61
TABEL 4.10.Hasil Uji Reliabilitas	62
TABEL 4.11.Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogoro-Smirnov</i>	65
TABEL 4.12.Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
TABEL 4.13.Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
TABEL 4.14.Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda	68
TABEL 4.15.Hasil Uji t atau Uji Parsial	69
TABEL 4.16.Hasil Uji F atau Uji Simultan.....	71

TABEL 4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
--	----

DAFTAR RUMUS

	Halaman
RUMUS 3.1.Slovin.....	31
RUMUS 3.2.Pearson Product Moment.....	35
RUMUS 3.3.Cronbach's Alpha	37
RUMUS 3.4. Analisis Regresi Linier Berganda	40
RUMUS 3.5.Koefisien Determinasi (R^2)	41
RUMUS 3.6.Uji T.....	42
RUMUS 3.7.Uji F.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Batam salah satu kota dengan letak geografis yang strategis selain berada di jalur pelayaran internasional, juga berdekatan dengan negara Singapura dan Malaysia, maka Pemerintah Indonesia mengembangkan pulau ini sebagai pusat pertumbuhan ekonomi. Jalur selat malaka yang merupakan jalur pelayaran internasional, memberi keuntungan tersendiri bagi masyarakat dan pemerintah setempat. Dengan pertumbuhan terpesat di Indonesia, memancing perusahaan-perusahaan modal asing mulai datang ke Kota Batam untuk menanamkan investasinya, tentunya perusahaan tersebut akan melakukan produksi. Dalam melakukan produksinya harus memperhatikan lingkungan sekitar perusahaan. Kemajuan perusahaan atau organisasi serta berjalannya operasional perusahaan tentunya didukung oleh peran lingkungan masyarakat di sekitar perusahaan dan kinerja perusahaan tersebut, serta akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan guna membina hubungan yang baik dan terjaga kepada masyarakat sekitar, serta untuk kemajuan perusahaan itu sendiri.

Pertumbuhan ekonomi Kota Batam yang lebih tinggi dibandingkan dengan daerah Provinsi Kepulauan Riau lainnya, menjadikan wilayah ini andalan bagi pemacu pertumbuhan ekonomi secara nasional maupun bagi Provinsi Kepulauan Riau. Beragam sektor penggerak ekonomi meliputi sektor komunikasi, sektor listrik, air dan gas, sektor perbankan, sektor industri dan alih kapal, sektor

perdagangan dan jasa merupakan nadi perekonomian Kota Batam yang tidak hanya merupakan konsumsi masyarakat Batam dan Indonesia tetapi juga merupakan komoditi ekspor untuk negara lain. Keberadaan kegiatan perekonomian di kota ini juga dalam rangka meningkatkan lapangan pekerjaan dan kesejahteraan masyarakat.

Citra diartikan sebagai kesan seseorang tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya yang dimilikinya (Pratama & Nurcaya, 2016). Citra yang baik akan menimbulkan dampak yang positif dan memberikan manfaat bagi perusahaan, dan sebaliknya citra yang buruk maka akan berdampak negatif bagi perusahaan itu juga. Berarti citra perusahaan akan sangat membantu baik buruknya sebuah perusahaan, mengangkat reputasi perusahaan selama melakukan kegiatan. Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut produk ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan (Ratih, 2009).

Masyarakat di sekitar perusahaan yang mayoritas penduduknya mata pencarian sebagai nelayan, memandang perusahaan yang terletak di pulau Bulan tersebut sebagai biang keladi hasil tangkapan ikan yang menurun, karena menurut mereka limbah dari hasil produksinya dibuang langsung ke laut tanpa di proses dulu, yang mengakibatkan ikan-ikan menjauh ke tengah laut dalam. Dalam hal ini citra perusahaan semakin buruk di mata masyarakat sekitar perusahaan.

Corporate Social Responsibility atau lebih dikenal CSR merupakan keterbukaan dalam mengungkapkan aktifitas-aktifitas yang dilakukan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan sosial, dimana pengungkapan yang dilakukan tidak sebatas mengenai informasi keuangan perusahaan saja, namun juga diharapkan juga untuk memberikan informasi mengenai dampak yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan terutama yang berkaitan dengan lingkungan hidup dan masalah sosial (Candrayanthi & Saputra, 2013). Uraian diatas bisa menjadi kewajiban atau tanggung jawab sosial dari perusahaan yang bersandar pada keselarasan dengan tujuan dan nilai-nilai dari suatu masyarakat.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor: 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas berisi tentang antara lain kesadaran untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. *Corporate Social Responsibility* (CSR) di harapkan akan mampu menaikkan citra perusahaan karena kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat sehingga masyarakat mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya dari barangnya saja tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Usaha kegiatan peternakan babi terpadu di pulau Bulan, merupakan salah satu usaha di bidang *agribusiness* yang melakukan produksi pembibitan dan budidaya babi, untuk tujuan ekspor ke Singapura. Usaha dan kegiatan tersebut tidak saja meningkatkan ekspor non migas dari sektor pertanian namun lebih luas lagi menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap hasil

produksi pertanian, sehingga mempunyai nilai mata rantai perekonomian besar dalam menunjang pembangunan nasional. Dalam menjalankan usahanya dibidang peternakan ini, tentu menimbulkan dampak-dampak yang terjadi, baik dampak positif maupun dampak negatif, dampak negatif ini yang selalu mendapat pengaduan dari masyarakat sekitar perusahaan, karena pengelolaan limbahnya belum dikelola dengan baik. Pencemaran kualitas udara akibat adanya bau yang bersumber dari kegiatan operasional perusahaan yang menghasilkan limbah cair dan padat tersebut.

Dampak akibat limbah padat dan cair tersebut, menimbulkan bau yang tidak sedap mengakibatkan masyarakat sering terkena penyakit ispa, rasa mual dan gatal-gatal serta lahan untuk mencari ikan semakin sempit dan sulit didapat dikarenakan limbah cair yang belum memenuhi standar dari Dinas Lingkungan Hidup dibuang ke laut. Akibatnya masyarakat sekitar melakukan protes ke perusahaan secara berulang-ulang sehingga mengakibatkan berhentinya beroperasi perusahaan, dan fatalnya tidak bisa melakukan ekspor ke Singapura, sehingga mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian yang cukup besar, dikarenakan mendapat sangsi dari pihak pembeli Singapura. Dan sebab itu juga mengganggu kinerja perusahaan secara keseluruhan, yang selama ini karyawan mendapatkan lembur dari kegiatan ekspor berhenti karena adanya unjuk rasa dari masyarakat sekitar.

Oleh karena itu pihak perusahaan mulai mendekati pihak masyarakat, apa yang menjadi keluhan masyarakat selama ini, dengan program bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta membenahi pengelolaan lingkungan dengan

menggendeng pihak konsultan yang ahli dalam mengelola lingkungan secara baik dan benar, bukan berarti selama ini pihak perusahaan tidak memperhatikannya.

Semenjak tahun 1999 perusahaan telah menyalurkan bantuan CSR, yang berarti tidak ada masalahpun perusahaan setiap tahun tetap memberikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kepada masyarakat sekitar. Lewat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain dengan bantuan beasiswa untuk tingkat SD, SLTP, SLTA sampai mahasiswa S1, pengadaan genset untuk sarana listrik di 14 lokasi, bantuan bibit ikan kakap putih 120.000 ekor untuk 77 kelompok usaha nelayan seluruh Kecamatan Bulang, bantuan mesin ketiting perahu pancung, bantuan sembako setiap menjelang perayaan Idul fitri dan 7 sapi untuk qurban menjelang Idul adha di setiap tahun dan pengadaan air bersih lewat sumur bor.

Kinerja perusahaan merupakan hasil dari banyak keputusan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan secara terus menerus untuk mencapai satu tujuan secara efektif dan efisien, jadi dapat dijadikan pedoman dalam mengukur keberhasilan suatu perusahaan (Ningsih & Akbar, 2011). Bahwa kinerja perusahaan adalah hasil serangkaian proses bisnis yang mana dengan pengorbanan berbagai sumber daya yaitu bisa sumber daya manusia dan juga keuangan perusahaan. Bicara sumber daya manusia, perusahaan selama ini telah merekrut dan memperdayakan tenaga kerja lokal di sekitar perusahaan dengan berbagi macam jabatan dan posisi, dari level tamatan SLTP sampai S1, selain tenaga kerja lokal kita juga menggendeng kontraktor-kontraktor disekitar perusahaan untuk ikut serta dalam kegiatan proyek-proyek di dalam

perusahaan, antara lain pembangunan mess karyawan, pembangunan pelabuhan dermaga baru, pembangunan kandang-kandang produksi.

Sekilas tentang PT Indotirta Suaka usaha bergerak dalam bidang peternakan dan pembibitan budidaya babi, yang beralamat di Pulau Bulan Kelurahan Bulang Lintang, Kecamatan Bulang, Kota Batam, Propinsi Kepulauan Riau, status perusahaan PMA (Penanaman Modal Asing), berdiri tahun 1986 dengan luas lahan 1500 ha, total produksi 245.000 ekor, kapasitas produksi 1.000 ekor ternak potong per hari, pengembangan 1.500 ekor ternak potong per hari, jumlah kandang 235 house, 49 unit, 4 phase, jumlah karyawan 800 orang, pemasaran ke negara Singapura 90%, lokal Batam 10%, saat ini kira-kira 1.000 ekor per hari di ekspor ke negara Singapura.

Tabel 1.1 Pengaduan Masyarakat Terhadap PT Indotirta Suaka
Bulan Januari 2017– Nopember 2017

No	Bulan	Pengaduan Masyarakat
1.	Januari	1. Penurunan kualitas udara bau limbah produksi . 2. Tanggul dam jebol terkikis air hujan.
2.	Februari	1. Alat tangkap ikan/bubu kena tabrak kapal.
3.	Maret	1. Tidak ada pengaduan.
4.	April	1. Penyempitan alur anak sungai.
5.	Mei	1. Penurunan kualitas udara bau limbah produksi.
6.	Juni	1. Masalah lahan tanah pengakuan sepihak. 2. Penurunan kualitas udara bau limbah produksi.
7.	Juli	1. Tidak ada pengaduan.
8.	Agustus	1. Alat tangkap ikan bubu kena perluasan pelabuhan.
9.	September	1. Penurunan kualitas udara bau limbah produksi.
10.	Oktober	1. Tidak ada pengaduan.
11.	Nopember	1. Tidak ada pengaduan.

Sumber: Departement Community Development PT ITS 2017

Berdasarkan data diatas rata-rata pengaduan masyarakat di sekitar perusahaan dikarenakan adanya bau akibat penurunan kualitas udara, adanya proses produksi yang menghasilkan limbah padat dan limbah cair yang terkena

hujan akhirnya menguap menjadi bau yang tidak sedap.

Berdasarkan uraian dari permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Perusahaan Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Indotirta Suaka Batam”**.

1.2 . Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibicarakan diatas dapat di identifikasikan beberapa permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kurangnya pandangan dan pengetahuan dari masyarakat terhadap perusahaan yang menghasilkan limbah dari kegiatan produksi.
2. Kurangnya bantuan medis kesehatan yang disebabkan oleh adanya kegiatan produksi yang menghasilkan limbah sehingga masyarakat terkena penyakit antara lain penyakit ispa dan kulit
3. Bantuan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan selama ini kurang sebanding, dengan efek yang ditimbulkan oleh perusahaan.
4. Kurangnya komunikasi antara masyarakat dengan pihak perusahaan, dan minimnya pengetahuan masyarakat tentang program bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR).
5. Perusahaan bagian dari komponen ekonomi nasional ikut bertanggung jawab terhadap penyelesaian berbagai isu terkait tingkat kesejahteraan masyarakat, pelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial.

1.3. Batasan Masalah

Dalam memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian ini, dengan mempertimbangkan sarana, prasarana, biaya dan waktu penelitian, maka penulis hanya membatasi pada dua variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan serta citra perusahaan sebagai variabel terikat Pada PT Indotirta Suaka Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang masalah diatas, kemudian mengidentifikasi variabel-variabel yang mempengaruhi, serta membatasi masalah yang akan diteliti, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap citra perusahaan pada PT. Indotirta Suaka Batam?
2. Apakah kinerja perusahaan berpengaruh terhadap citra perusahaan pada PT. Indotirta Suaka Batam?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan berpengaruh terhadap citra perusahaan pada PT. Indotirta Suaka Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Indotirta Suaka Batam.

2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja perusahaan berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Indotirta Suaka Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan terhadap citra perusahaan PT. Indotirta Suaka Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Penulis.

Bagi penulis penelitian ini dapat memacu minat dan keinginan untuk memahami tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengetahui manfaat dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja perusahaan apakah mempengaruhi dalam citra perusahaan. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada didalam perusahaan nantinya.

2. Bagi Universitas Putera Batam.

Menjadi bahan referensi bagi mahasiswa dan menjadi pembanding untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi dan dijadikan sebagai sarana informasi bagi para pembaca yang akan mengadakan penelitian mengenai bidang yang sama.

3. Bagi Perusahaan.

Memberikan masukan kepada Manajemen PT. Indotirta Suaka akan pentingnya pemahaman tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam menjalankan usahanya, karena produksi yang di hasilkan sangat besar

dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, terlebih lagi dapat mengganggu kinerja perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Pengertian Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia adalah suatu proses menangani berbagai masalah pada ruang lingkup karyawan, pegawai, buruh, manajer dan tenaga kerja lainnya untuk dapat menunjang aktivitas organisasi atau perusahaan demi mencapai tujuan yang telah ditentukan (Putra & Rodhiyallah, 2017). Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut desain dan implementasi sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karier, evaluasi kerja, kompensasi karyawan dan hubungan ketenaga kerjaan yang baik. Selain dari pada itu manajemen sumber daya manusia merupakan faktor sentral dalam suatu organisasi suatu apapun bentuk serta tujuannya, Organisasi dibuat berdasarkan berbagai visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia. Jadi manusia merupakan faktor strategis dalam semua kegiatan institusi atau organisasi.

Seorang pimpinan tidak bisa menjalankan usahanya secara sendirian, ia memerlukan bantuan dari orang lain diantaranya adalah karyawan. Oleh karena itu pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) melalui manajemen SDM adalah salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha agar dapat bertahan (*survive*) dan berkembang (Wijayanto, 2012: 249).

Menurut Sudaryono (2015: 212) tujuan organisasi terdapat sejumlah

manusia (SDM) yang ikut berperan dan harus diperankan, jika diperinci lebih lanjut ternyata pengertian tersebut memiliki unsur-unsur secara keseluruhan sebagai berikut:

1. Unsur tujuan organisasi yang bila dihubungkan dengan pandangan baru adalah keuntungan dan manfaat lainnya, melalui dihasilkan produk dan pelayanan yang berkualitas.
2. Unsur bantuan yang bila dihubungkan dengan pandangan baru berarti pengikut sertaan dalam melaksanakan pekerjaan sebagai eksistensi organisasi.
3. Unsur orang lain para pekerja dan para manajer yang harus diikuti sertakan oleh top manajer, namun jika para manajer dan top manajer dipandang sebagai kesatuan dan disebut eksekutif, maka orang lain adalah para pekerja yang harus dilakukan sebagai patner.

2.1.2. Citra Perusahaan

2.1.2.1. Pengertian Citra Perusahaan

Citra Perusahaan dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata publik yang berbeda-beda pula. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain (Pontoh, Kawet, & Tumbuan, 2014).

Citra atau reputasi yang baik merupakan hal yang sangat mendorong seseorang, lembaga, organisasi atau negara untuk memperoleh dukungan atau simpati dari mitranya. Reputasi perusahaan berperan secara signifikan dalam

pengambilan keputusan seorang analis investasi ketika menilai kinerja perusahaan. Reputasi merupakan faktor penentu yang penting pada skala global. Reputasi baik yang dimiliki perusahaan merupakan hambatan mobilitas untuk perusahaan pesaing yang berusaha memasuki pasar. Reputasi baik juga seringkali dijadikan sebuah simbol bagi pelanggan bahwa produk yang dikeluarkan perusahaan tersebut merupakan produk atau jasa yang berkualitas (Hasan & Putri, 2017).

Keterkenalan perusahaan yang tidak baik menunjukkan citra perusahaan yang bermasalah. Masalah citra perusahaan tersebut, dalam keberadaannya berada dalam pikiran atau perasaan konsumen terhadap suatu objek. Citra perusahaan bersumber dari pengalaman atau komunikasi yang terjadi antara pihak perusahaan dan pelanggan. Citra bagi setiap perusahaan sangat berpengaruh pada nama baik dan keberlangsungan perusahaan demi pencapaian tujuan-tujuan perusahaan. Memiliki nama yang baik di mata masyarakat sangat berdampak pada keberhasilan suatu perusahaan. Berbagai cara bisa ditempuh perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan diantaranya komunikasi, promosi, dan kualitas layanan (Nasir, Adolfina, & Trang, 2014).

Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Citra positif yang secara konsisten tampil kuat karena didukung oleh konsistensi antara kredibilitas dan pengalaman dinamis akhirnya menghasilkan reputasi perusahaan. Pentingnya citra perusahaan dikemukakan yaitu menceritakan harapan bersama kampanye pemasaran eksternal, sebagai penyaring yang

mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan, sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen atas *Corporate Social Responsibility* perusahaan. mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal. Maka dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa citra perusahaan bersumber dari pengalamandan atau upaya komunikasi sehingga penilaian maupun pengembangannya terjadi pada salah satu atau kedua hal tersebut (Nasir *et al.*, 2014).

2.1.2.2. Indikator-Indikator Citra Perusahaan

Citra kesan atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya, mengungkapkan bahwa terbentuknya suatu asosiasi diantara perusahaan dengan kumpulan atribut (positif dan negatif) yang menonjol yang kemudian bermakna dalam benak para stakeholdernya disebut citra perusahaan. Citra perusahaan adalah persepsi eksternal stakeholders. Beberapa aspek dalam membentuk citra perusahaan, seperti: kemampuan financial, mutu produk dan pelayanan, keunggulan dan kepekaan SDM, tanggung jawab lingkungan, tanggung jawab sosial, penegakan *good corporate governance* (GCG). Namun dalam upaya pengukurannya, menemukan enam faktor utama yang dapat mengukur dimensi utama para calon responden yang mereka gunakan dalam mengekspresikan citra dari suatu organisasi. Keenam indikator itu menurut (Pratama & Nurcaya, 2016) adalah sebagai berikut:

1. *Dynamic*: Bahwa sebuah organisasi atau perusahaan haruslah dinamis pelopor,

menarik perhatian, aktif dan berorientasi pada tujuan.

2. *Cooperative*: Sebuah organisasi harus mampu bekerja sama : ramah, disukai, membuat senang orang lain dan memiliki hubungan baik dengan orang lain.
3. *Business*: Organisasi harus memiliki karakter bisnis : bijak, cerdas, terorganisir dengan baik.
4. *Character*: Sebuah organisasi yang baik, harus memiliki karakter yang baik pula seperti: etis, reputasi baik dan terhormat.
5. *Successful*: Ciri yang dimiliki organisasi sukses adalah kinerja keuangan yang baik dan percaya diri
6. *Withdrawn*: Organisasi pun harus mampu menahan diri : ketat, menjaga rahasia dan berhati-hati (Pratama & Nurcaya, 2016).

(Faroid & Murtadlo, 2014) dalam kajiannya mendeskripsikan lima proses pembentukan citra perusahaan, yaitu

1. Obyek mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan.
2. Memperhatikan upaya perusahaan tersebut.
3. Setelah adanya perhatian obyek mencoba memahami semua yang ada pada upaya perusahaan.
4. Terbentuknya citra perusahaan pada obyek.
5. Citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku obyek sasaran dalam hubungannya dengan perusahaan.

Citra perusahaan tidak terbentuk begitu saja, dari lima tahap di atas menunjukkan bahwa perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam

menentukan arah kebijakan yang tepat.

2.1.3. *Corporate Social Responsibility*

2.1.3.1. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Pengertian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak diungkapkan oleh banyak pakar, antara lain dari (Solihin, 2009: 31) ISO 26000 *Guidance on Social Responsibility* yang dimaksud *social responsibility* adalah: tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis seperti:

1. Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.
2. Memperhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan.
3. Tunduk kepada hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma perilaku Internasional.
4. Diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi.

Menurut (Nirmalasari & Ulum, 2014) CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama stakeholder terkait, terutama adalah masyarakat di sekeliling dimana perusahaan tersebut berada. Peran CSR semakin penting dalam mendorong semakin luasnya tanggung jawab sosial korporat bagi terciptanya keseimbangan pembangunan baik ekonomi, sosial maupun lingkungan.

CSR merupakan pendekatan perusahaan dalam mengintegrasikan kepeduliansosial pada operasi bisnisnya, serta interaksi dengan para pemangku kepentingan *stakeholders* atas prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Loyalty

terbentuk dari kesan positif terhadap suatu produk. Peraturan mengenai prinsip-prinsip CSR tertuang dalam Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Pada Pasal 74 UU PT disebutkan bahwa:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
2. TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Pratama & Nurcaya, 2016).

2.1.3.2. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Faroid & Murtadlo, 2014) tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, kalau berbicara tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat banyak definisi. Kata sosial sering di interpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal *Corporate Social Responsibility* (CSR) terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat, dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang. Jadi *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dilihat dalam lingkup *stakeholders* atau lingkungan dimana perusahaan berada.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia sendiri masih bersifat sukarela. Tidak ada konsep baku yang dianggap sebagai acuan pokok. Walaupun secara internasional saat ini tercatat sejumlah inisiatif *code of conduct* implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), antara lain *Global Reporting Initiative* (GRI) oleh organisasi internasional independent, *Organization for Economic Cooperation and Development* oleh organisasi negara, *Caux Roundtables* oleh organisasi non pemerintah. Beberapa perusahaan di Indonesia yang telah menyusun *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan *code of conduct* yang dikeluarkan oleh GRI, antara lain PT Astra International Tbk, PT Aneka Tambang Tbk dan PT Panasonic Manufacturing Indonesia.

Kerangka pelaporan tanggung jawab sosial menurut versi GRI, secara garis besar disusun menurut bentuk dan isi sebagai berikut (Pratama & Nurcaya, 2016):

1. Visi dan Strategi.
2. Profil.
 - a. Profil organisasi.
 - b. Lingkup laporan tanggung jawab sosial.
 - c. Profil laporan tanggung jawab sosial.
3. Struktur *governance* dan sistem manajemen struktur dan *governance*.
4. Harapan *stakeholder* kebijakan manajemen dan sistem manajemen.
5. Laporan kinerja ekonomik, lingkungan dan sosial.
 - a. Laporan kinerja ekonomik berdasarkan indikator kinerja ekonomik.

- b. Laporan kinerja lingkungan berdasarkan indikator kinerja lingkungan.
- c. Laporan kinerja sosial berdasarkan indikator kinerja sosial.

2.1.3.3. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Terdapat empat implementasi CSR menurut Nurmaya dalam (Nirmalasari & Ulum, 2014) diantaranya:

1. Konsumen, dalam bentuk penggunaan material yang ramah lingkungan, tidak berbahaya, serta memberikan informasi dan petunjuk yang jelas mengenai pemakaian yang benar atas produk-produk perusahaan.
2. Karyawan, dalam bentuk persamaan hak dan kewajiban atas seluruh karyawan tanpa membedakan ras, suku, agama, dan golongan. Karyawan mendapat penghargaan berdasarkan kompetensi dan hasil penilaian prestasinya.
3. Komunitas dan lingkungan, dalam bentuk kegiatan kemanusiaan maupun lingkungan hidup, baik di lingkungan sekitar perusahaan maupun daerah lain yang membutuhkan.
4. Kesehatan dan keamanan, dalam bentuk penjagaan dan pemeliharaan secara rutin atas fasilitas dan lingkungan kantor sesuai petunjuk instansi yang terkait.

2.1.3.4. Indikator-Indikator *Corporate Social Responsibility*

Prince of Wales International Business forum mengungkapkan ada lima pilar aktivitas pelaksanaan kegiatan CSR (Azheri, 2011: 28):

1. Membangun Sumber Daya Manusia (*Building Human Capital*)

Secara internal perusahaan dituntut untuk memiliki SDM yang handal dan

Profesional. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat.

2. Memperkuat Perekonomian (*Strengthening Economic*)

Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas di lingkungannya miskin, maka perusahaan harus memberdayakan perekonomian sekitar.

3. Membangun hubungan sosial (*Assessing Social Chesion*)

Perusahaan dituntut untuk membangun hubungan emosional yang baik dengan masyarakat sekitar sehingga keharmonisan terjaga dan tidak terjadi konflik.

4. Menjalankan pengelolaan yang baik (*Encouraging Good Governance*)

Perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik dan sesuai dengan seluruh peraturan yang berlaku.

5. Melindungi lingkungan (*Protecting the Environment*)

Perusahaan dituntut untuk berupaya keras menjaga dan melestarikan lingkungan hidup dalam menjalankan praktik bisnisnya.

2.1.4. Kinerja Perusahaan

2.1.4.1. Pengertian Kinerja Perusahaan

Menurut (Novaliza & Djajanti, 2013) kinerja perusahaan merupakan hasil nyata yang dicapai yang dipergunakan untuk menunjang kegiatan dalam suatu perusahaan. Pengukuran kinerja suatu perusahaan dapat dilihat dari rasio keuangan ataupun return saham. Informasi rasio keuangan bersumber pada laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan.

Menurut (Zuliarni, 2012) kinerja perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena kinerja perusahaan berpengaruh dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami perkembangan atau sebaliknya. Ukuran kinerja perusahaan yang paling lama dan paling banyak digunakan adalah kinerja keuangan yang diukur dari laporan keuangan perusahaan. Analisis terhadap laporan keuangan dapat dilakukan dengan cara perhitungan rasio keuangan. Jenis rasio keuangan yang sering digunakan dalam menilai kinerja keuangan perusahaan adalah rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas dan rasio pasar.

Kinerja perusahaan atau organisasi ukuran seberapa efisien dan efektif organisasi dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan, jadi efektifitas dan efisiensi merupakan kriteria umum kinerja dari organisasi. Efisiensi adalah kemampuan meminimalkan penggunaan sumber daya untuk mencapai sasaran organisasi, semakin efisien suatu pekerjaan berarti semakin hemat penggunaan sumber dayanya (Wijayanto, 2012: 7).

2.1.4.1. Indikator-Indikator Kinerja Perusahaan

Menurut (Candrayanthi & Saputra, 2013) tingkat profitabilitas digunakan sebagai dasar untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dilakukan mengingat daya tarik bisnis (*business attractiveness*) merupakan salah satu indikator penting dalam persaingan usaha. Indikator daya tarik bisnis dapat

diukur dari profitabilitas usaha, yaitu *Return on Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM).

1. ROA (*Return On Assets*) merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu.
2. ROE (*Return On Equity*) merupakan tolak ukur kemampuan sebuah perusahaan menghasilkan laba dengan total modal sendiri yang digunakan.
3. NPM (*Net Profit Margin*) menunjukkan rasio antara laba bersih setelah pajak atau *nett income* terhadap total penjualan.

Menurut (Sari, Fauzi, & Sunarti, 2014) ROE dapat memberikan beberapa gambaran mengenai perusahaan antara lain: kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profitability*)

1. Efisiensi perusahaan dalam mengelola asset (*asset management*)
2. Hutang yang dipakai untuk melakukan usaha (*financial leverage*)

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini adalah mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja perusahaan terhadap citra perusahaan. Penelitian terdahulu yang digunakan berasal dari jurnal dengan melihat hasil penelitiannya dan akan dibandingkan dengan penelitian selanjutnya dengan menganalisa berdasarkan keadaan dan waktu yang berbeda.

Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Gede Wibi Satya Pratama & I	Pengaruh <i>Corporate Social</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap ekuitas

	Nyoman Nurcaya (2016)	<i>Responsibility</i> terhadap Ekuitas Merek yang Dimediasi oleh CitraPerusahaan	(X1) Citra Perusahaan(X2) Ekuitas Merek (Y)	Merek, CSR mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap ekuitas merek dan citra perusahaan memediasi pengaruh CSR yang berdampak terhadap meningkatnya ekuitasm erek pada produk Astra Honda di Kota Denpasar.
2.	Alit Candrayanti & Dharma Saputra (2013)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia).	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X) Kinerja Perusahaan (Y).	Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap <i>Return On Asset</i> , <i>Return On Equity</i> dan berpengaruh negatif terhadap <i>Net profit Margin</i> .
3.	Jesi Trilia Sovani, Achmad Fauzi Dh&Zainul Arifin (2015)	Pengaruh Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Loyalitas Merek.	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X) Citra Merek (Y1) Kepercayaan Merek (Y2) Loyalitas Merek (Y3).	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Citra Merek. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Merek. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap

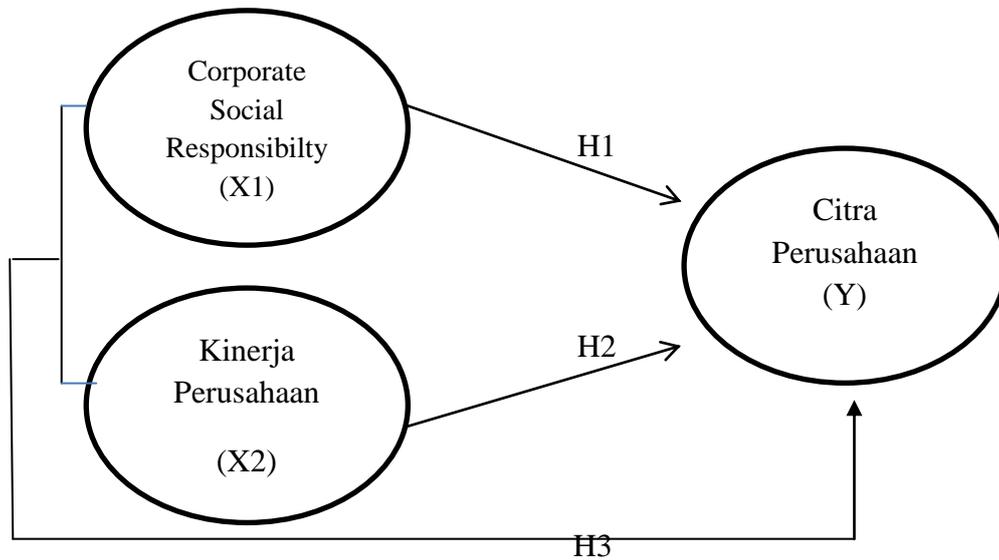
				Kepercayaan Merek. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek. Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek.
4.	Husni Falah Wijaya, Edy Yulianto & Yusri Abdillah (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT Pindad (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen Kabupaten Malang.	Aspek Sosial (X1) Aspek Ekonomi (X2) Aspek Lingkungan (X3), Citra (Y).	Variabel-variabel dalam konsep CSR Secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan hubungan yang signifikan terhadap citra perusahaan.
5	Hamid Ariffatah & Ketut Sudarma (2015)	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> , <i>Perceived Service Quality</i> , dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Corporate Image</i>	<i>Relationship Marketing</i> (X1), <i>Perceived Service Quality</i> (X2), <i>Corporate Social Responsibility</i> (X3), <i>Corporate Image</i> (Y1).	Pengaruh positif dan signifikan <i>perceived service quality</i> terhadap <i>corporate image</i> . Sedangkan <i>relationship marketing</i> , dan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap <i>corporate image</i> .
6	Apicha Boonpattarakon (2012)	Competitive Capabilities of Thai Logistics Industry: Effects on Corporate Image and Performance	Competitive Capabilities (X) Corporate Image (Y1) Performance (Y2)	Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat prioritas pertama perusahaan dalam membangun kemampuan kompetitif harus bergantung pada pemberian layanan yang andal dan cepat,

				memberikan berbagai layanan, dan menawarkan harga menarik. Tingkat prioritas kedua adalah memberikan respon pelanggan yang cepat, membuat fasilitas layanan tersedia dan menarik, memastikan lokasi layanan mudah diakses, dan memanfaatkan TI terkini untuk memperbaiki operasi layanan.
7	Leli Nirmalasari dan Saeful Ulum (2014)	Corporate Social Responsibility: Respon Publik dan Dampaknya pada Corporate Image	CSR Lingkungan (X1) CSR Kesehatan (X2) CSR Pendidikan (X3) CSR Ekonomi Produktif (X4) Corporate Image (Y)	Secara simultan program CSR berpengaruh signifikan terhadap corporate image. Secara parsial, CSR bidang lingkungan dan kesehatan berpengaruh positif signifikan. Sedangkan CSR bidang pendidikan dan ekonomi produktif berpengaruh tidak signifikan terhadap corporate image.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian merupakan bagian yang cukup penting selain pengolahan data. Menurut Uma sekaran dalam (Sugiyono, 2014: 88) mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor-faktor yang telah di identifikasikan sebagai masalah yang penting. Berdasarkan uraian diatas, hubungan antara

berbagai variabel yang menjadi obyek penelitian dapat digambarkan dengan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014: 63) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.

Berdasarkan latar belakang masalah, pokok-pokok masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian, kajian hasil penelitian empiris, kajian teoritis dan kerangka pemikiran yang diuraikan dan digambarkan maka diajukan hipotesis

sebagai berikut:

H₁ : Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan PT. Indotirta Suaka Batam.

H₂ : Diduga kinerja perusahaan berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan PT. Indotirta Suaka Batam

H₃ : Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Indotirta Suaka Batam

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2014: 2). Segala prosedur aktifitas penelitian yang akan diteliti dalam menyusun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014: 16) penelitian kuantitatif pada prinsipnya adalah untuk menjawab masalah. Sedangkan metode yang akan digunakan yaitu desain penelitian kausalitas. Desain penelitian kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat ataupun pengaruh antar variabel (Sanusi, 2011: 14).

3.2. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014: 38) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Ada hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka ada macam-macam variabel dalam penelitian ini. Penelitian ini terdapat dua variabel *independen*, yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1) dan kinerja perusahaan (X2), serta variabel *dependen*, yaitu citra perusahaan.

3.2.1. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2014, 39) variabel *independen* dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Di dalam penelitian ini terdapat dua variabel *independen*, yaitu *Corporate Social Responsibility* dan kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi variabel Y yaitu citra perusahaan.

Tabel 3.1 Operasional Variabel (X)

Variabel	Defenisi operasioanal	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X1)	Tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis (Solihin, 2009: 31).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumber daya manusia 2. Memperkuat perkonomian 3. Hubungan sosial dengan masyarakat 4. Tata kelola bisnis yang sesuai aturan 5. Menjaga dan melestarikan lingkungan 	Likert
Kinerja Perusahaan (X2)	Kinerja perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena kinerja perusahaan berpengaruh dan dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui apakah perusahaan mengalami perkembangan atau sebaliknya.(Zuliarni, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ROA (<i>Return On Assets</i>) Mengukur kemampuan menghasilkan laba bersih 2. ROE (<i>Return On Equity</i>) Kemampuan menghasilkan laba dengan modal sendiri 3. NPM (<i>Net Profit Margin</i>) Rasio antara laba bersih setelah pajak terhadap total penjualan 	Likert

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel *dependen* atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014, 39). Penelitian ini memiliki satu variabel *dependen*, yaitu citra perusahaan.

Tabel 3.2 Operasional Variabel (Y)

Variabel	Defenisi operasioanal	Indikator	Skala
Citra Perusahaan (Y)	Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain (Pontoh <i>et al.</i> , 2014).	<ol style="list-style-type: none"> 1. (<i>Dynamic</i>) Dinamis menarik perhatian 2. (<i>Cooperative</i>) Mampu bekerja sama 3. (<i>Business</i>) Memiliki karakter bisnis 4. (<i>Character</i>) Memiliki karakter 5. (<i>Successful</i>) Kinerja organisasi yang sukses 6. (<i>Withdraw</i>) Mampu menahan diri 	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2014: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar perusahaan PT. Indotirta Suaka yang mengetahui dan memperoleh bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR). sebanyak 180 responden, yang didapat dari data perusahaan.

3.3.2. Sampel

Menurut Sanusi (Sanusi, 2014: 87) sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili karakteristik populasinya yang ditunjukkan oleh tingkat akurasi dan presisinya. Tingkat akurasi menunjukkan pada pengertian sampai sejauh mana sampel yang diambil itu terpengaruh oleh sifat bias peneliti.

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan yang ditoleransi 5%, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Rumus 3.1 Slovin

Sumber: Sanusi (2014: 101)

Keterangan

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

a = toleransi ketidak telitian (dalam persen)

Dengan menggunakan rumus diatas maka akan diperoleh jumlah sampel yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + 180(5\%)^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + 0,45} = 124,137$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 124,137 orang dan dibulatkan menjadi 124 orang. Jadi, sampel dalam penelitian ini adalah sejumlah 124 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Tahap yang paling penting dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data karena jika data sudah terkumpul maka akan dilakukan analisis sebelum akhirnya dapat ditarik kesimpulannya. Data yang akan dikumpulkan harus valid dan reliable, karena akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, (2014: 145), mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit kecil (Sugiyono, 2014: 137).

3. Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2014: 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Untuk

mengukur persepsi disini peneliti menggunakan Skala *Likert* yang umumnya menggunakan 5 angka penelitian yaitu :

Tabel 3.3 Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.5. Metode Analisis Data

Setelah semua data sudah terkumpul, maka langkah selanjutnya dalam penelitian kuantitatif adalah melakukan analisis. Menurut (Sugiyono, 2014: 147) analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk dapat ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan statistik deskriptif sebagai metode analisis data. Analisis ini berdasarkan bantuan komputer dan paket aplikasi atau program statistik yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 20. Dengan program SPSS tersebut, beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk memberikan gambaran

hubungan, pengaruh atau peranan antara variabel-variabel independen dan dependen di dalam penelitian ini.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan metode yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut. Biasanya meliputi gambaran atau mendeskriptifkan suatu data mean, median, modus, range, varian, frekuensi, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi (Wibowo, 2012: 24).

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014: 147). Teknik yang akan digunakan dalam statistik deskriptif pada penelitian ini adalah persentase, rata-rata, dan standar deviasi. Data yang telah terkumpul akan disusun dalam bentuk tabel frekuensi dan masing-masing pernyataan sehingga data tersebut dapat memberikan gambaran jawaban responden secara menyeluruh. Kemudian akan dilakukan analisis deskripsi dari masing-masing item pernyataan dengan menghitung rata-ratanya sehingga dapat diketahui interpretasi terhadap masing-masing pernyataan.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Data yang telah diperoleh melalui metode dan prosedur pengumpulan data, kemudian dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut (Wibowo, 2012) uji kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan

instrument penelitian dapat dievaluasi melalui reliabilitas dan validitas. Pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner sebagai alat pengumpulana data, sehingga perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah valid dan reliabel suatu kuesioner.

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Sugiyono, 2014: 121) menyatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti, bila koefisien korelasi sama dengan 0,30 atau lebih (paling kecil 0,30), maka butir instrumen dinyatakan valid (Sugiyono, 2014: 134).

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Rumus 3.2 Pearson Product

Moment

Sumber: Sanusi (2014: 77)

R_{xy} =Validitas Instrument $\sum x$ =Jumlah Skor X

n =Banyaknya Responden

X =Skor dari X

Y =Skor dari Y

$\sum y$ =Jumlah Skor Y

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Menurut (Wibowo, 2012: 37) kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika r hitung $>$ r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan sig 0,050) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui nilai koefisien korelasi dan nilai r hitung tersebut peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20.

Tabel 3.4 Tingkat Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Wibowo (2012: 38)

3.5.2.2. Uji Reliabilitas Data

Menurut Sugiyono (2012: 121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Reliabilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur.

Ada beberapa metode yang digunakan untuk mnguji reliabilitas alat ukur

misalnya, metode *Anova Hoyt*, *Formula Flanagan*, *Formula Belah Dua Spearman-Brown*, dan metode Test Ulang. Namun metode uji reliabilitas yang paling sering digunakan dan begitu umum untuk uji instrument pengukuran data yaitu metode *Cronbach's Alpha*.

Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan suatu rumusan sebagai berikut.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Rumus 3.3 Cronbach's Alpha

Dimana :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian pada butir

$\sigma 1^2$ = Varian total

Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika nilai alpha lebih > 0,60. Nilai yang kurang dari 0,60 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0,70 dapat diterima dan nilai diatas 0,80 dianggap baik. Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini :

Tabel 3.5 Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	<0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: Wibowo (2012: 52)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi digunakan untuk memberikan pre-test atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrument yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diproses, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bias menjadi terpenuhi (Wibowo, 2012: 61).

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digunakan akan berbentuk lonceng (*bell-shaped*) (Wibowo, 2012: 61).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi (Wibowo, 2012: 87).

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *Variance Inflation Factor* (VIF). Korelasi yang bebas multikolinearitas memiliki nilai VIF kurang dari 10.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, misalnya metode Barlet dan Rank Spearman atau Uji Spearman's rho, metode grafik Park Gleyser. Uji Heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Gleyser jika hasil nilai probabilitasnya memiliki signifikansi $>$ nilai alpha nya 0,05 maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut (Wibowo, 2012: 126) model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi. Kondisi tersebut adalah naik atau turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan.

Penggunaan model regresi sebagai alat uji akan memberikan hasil yang baik jika dalam model tersebut, data memiliki syarat-syarat tertentu atau dianggap

memiliki syarat-syarat tersebut. Di antaranya syarat tersebut adalah data yang digunakan memiliki tipe data berskala interval rasio, data memiliki distribusi normal dan memenuhi uji asumsi klasik.

Wibowo (Wibowo, 2012: 127) regresi linier berganda dinotasikan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

**Rumus 3.4 Analisis Regresi
Linear Berganda**

Keterangan:

\hat{Y} = Variabel dependen

A = Nilai konstanta

B = Nilai koefisien regresi

X_1 = Variabel independen pertama

X_2 = Variabel independen kedua

X_n = Variabel independen ke-n

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Wibowo, 2012: 135) analisis determinasi digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau presentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Tampilan di program SPSS 20 ditunjukkan dengan melihat besarnya *Adjusted R²* pada tampilan *model summary*.

Koefisien determinasi dengan menggunakan dua buah variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)}{(rx_1x_2)^2 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3.5
Koefisien
Determinasi

Dimana:

R^2 = Koefisien Determinasi

ryx_1 = Korelasi variabel x1 dengan y

ryx_2 = Korelasi variabel x2 dengan y

ryx_3 = Korelasi variabel x3 dengan y

rx_1x_2 = Korelasi variabel X₁, variabel X₂

Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014: 184)

3.5.5. Rancangan Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linier berganda secara parsial yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2014: 144). Pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis merupakan uji dengan menggunakan data sampel

2. Uji menghasilkan keputusan menolak H_0 atau sebaliknya menerima H_0
3. Nilai uji dapat dilihat dengan menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai sig.
4. Pengambilan kesimpulan dapat pula dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol (Wibowo, 2012: 125).

3.5.5.1. Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Menurut (Wibowo, 2012: 122) Uji t merupakan hasil pengujian tingkat signifikansi koefisien yang di dapat dari nilai koefisien regresi dibagi dengan kesalahan bakunnya. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Prosedur pengujiannya sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{se(\beta_i)} \quad \text{Rumus 3.6 Uji T}$$

Keterangan:

β_i = Koefisien regresi variabel i

se_{β_i} = Standar error variabel i

Hasil uji t dilihat pada output coefficients dari hasil analisis regresi linier berganda. Langkah-langkah uji t adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Hipotesis
 - H_0 : secara parsial tidak ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
 - H_a : secara parsial ada pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)
3. Kriteria Pengujian

H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

H_0 ditolak jika $-t_{\text{tabel}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

3.5.5.2. Uji F (Pengujian Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui seluruh variabel *independen* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel *dependen*. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha=0.05$). Apabila nilai $F_{\text{hitung}} >$ dari nilai F_{tabel} , itu artinya variabel *independen* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif terhadap variabel *dependen*.

Menurut (Sanusi, 2014: 137) menyatakan bahwa Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan. (Sanusi, 2014: 138) kriteria penentuan hipotesis nol dan hipotesis alternatif adalah sebagai berikut:

1. $H_0; b_1=b_2=b_3=0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang di jelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan)
2. H_1 ; minimal satu koefisien dari $b_1 \neq 0$ proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan.

Dasar pengambilan keputusannya menurut (Sanusi, 2014: 138) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi yaitu:

1. Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima
2. Apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.

Prosedur pengujiannya Uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / n - k - 1}$$

Rumus 3.7 Uji F

Sumber: Sugiyono (2012: 192)

Keterangan :

F = Rasio

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Banyaknya sampel

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Peneliti sebelum menentukan lokasi dan jadwal penelitian, terlebih dulu menyampaikan ijin ke pihak manajemen PT. Indotirta Suaka.

3.6.1. Lokasi Penelitian

Objek penelitian adalah masyarakat sekitar perusahaan PT. Indotirta Suaka yang mengetahui dan yang menerima program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3.6.2. Jadwal Penelitian

Tabel 3.7 Jadwal Penelitian

Kegiatan Penelitian	September 2017				Oktober 2017				November 2017				Desember 2017				Januari 2018			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																				
Latar Belakang Masalah																				
Pengumpulan Data																				
Pengolahan Data																				
Pembuatan Laporan/Kesimpulan																				

Sumber: Penelitian yang direncanakan, 2017-2018