

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN TAMBAK UDANG PT MANAKARA SAKTI
ABADI DESA SARJO KECAMATAN SARJO**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokaram Palu*

Oleh :

**ERI IQSAN
NIM: 17.3.12.0122**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARA PALU
PALU SULAWESI TENGAH
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kecamatan Sarjo” benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 1 September 2023 M
16 Shaffar 1445 H

Penulis,



METER
TEMPEL
4AKX253780860

ERI IQSAN
NIM.17.3.12.0122

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kec. Sarjo***” oleh mahasiswa atas nama Nurjanah NIM : 17.3.12.0122, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diseminarkan.

Palu, 23 November 2022 M
23 Rabiul Akhir 1444 H

Mengetahui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP. 19770331 200312 2 002

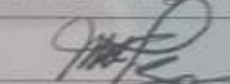

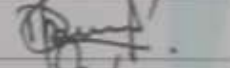
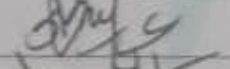

Dr. Stti aisyah, S.E.I., M.E.I
NIP. 19791024 201101 2 007

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara Eri Iqsan, NIM. 173120122 dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kecamatan Sarjo”, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 10 Juli 2023 M yang bertepatan dengan tanggal 21 *Dzulhijjah* 1445 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu 04 September 2023 M
19 Shaffar 1445 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag	
Munaqisy 1	Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E	
Munaqisy 2	Dede Arseyani Pratamasyari, S.Si., M.Si	
Pembimbing 1	Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag	
Pembimbing 2	Dr.Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I	

Mengetahui :



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Hilal Malurangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 2 002

Ketua
Jurusan Ekonomi Syariah

Nursyamsu, S.H.I., M.H.I
NIP. 19860507 201503 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا
وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji syukur bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kec. Sarjo”. Shalawat serta salam senantiasa terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menyampaikan risalah untuk menyelamatkan kehidupan manusia dari zaman jahiliyah ke zaman adabiah untuk mendapatkan syafaat-Nya dihari akhir kelak.

Penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua, Alimin, Nursiah, yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, memotivasi, membiayai dan mengasuh penulis dengan sabar, ikhlas, penuh cinta kasih dan sayang dan selalu mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dari jenjang dasar hingga sarjana.

Dalam menyusun skripsi ini tentunya penulis menemukan beberapa hambatan tetapi dengan adanya bimbingan, pengarahan dan bantuan dari semua pihak, maka penelitian skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan sedalam-dalamnya kepada:

1. Salam ta'zim penulis kepada ayahanda Alimin dan ibunda Nursiah, yang selalu mendoakan serta berjuang untuk memenuhi kebutuhan materi penulis dan dorongan kasih sayang yang berlimpah dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Bapak Prof. Dr. H. Abidin, M.Ag,

selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. H. Kamaruddin, M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Mohamad Idhan, S,Ag., M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, beserta jajarannya, yang telah memberikan penulis kesempatan agar dapat menempuh dan menuntut ilmu di kampus ini.

3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Drs Sapruddin M.H.I sebagai Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Malkan, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kesempatan kepada penyusun untuk menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
4. Bapak Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah serta Sekertaris Jurusan Bapak Noval, S.Sy., M.M yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam mengarahkan dan memudahkan perencanaan awal hingga akhir penulisan pada skripsi ini.
5. Ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I selaku pembimbing II yang telah memberikan semangat serta dukungan sehingga penyusun dapat menyelesaikan penelitian ini yang telah ikhlas membimbing, mencurahkan perhatian, nasehat serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu pada bagian staff Akademik Kemahasiswaan (AKMAH) dan Bagian Umum yang telah banyak memberikan informasi, arahan, aturan dan mempermudah penyusun dalam segala proses pengurusan akademik.
7. Bapak/Ibu Dosen Univeritas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu yang telah memberikan ilmunya kepada penyusun selama proses studi berlangsung sehingga penyusun memiliki wawasan keilmuan, baik secara teori maupun aplikatif.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu Bapak Rifai S.E., M.M seluruh staf perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu dan juga kepada perpustakaan Daerah Sulawesi Tengah yang dengan tulus telah memberikan pelayanan dalam mencari referensi sebagai bahan penulisan skripsi ini.
9. Kepada Direktur Rudi Hartono Wibowo dan Site Manager Drs. Herry A. Handoyo Kartono yang telah bersedia memberi izin kepada penyusun untuk melakukan penelitian, wawancara dan mengambil data sebagai bahan untuk menyelesaikan studi, penulis mengucapkan banyak terima kasih.
10. Kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah angkatan 2017, terkhusus kepada saudara/i Abd Fikri S.E., Nur Afifah, S.E., Mirza Gulam Muhammad, S.E., Nurjannah, S.E., Sarini, S.E., dan Fitri, S.Pd., Andi Amalia yang telah banyak membantu dan senantiasa saling memberikan semangat dan saran pada penulisan skripsi ini. Teristimewa kepada para sahabat penulis saudara/i Lisna, Dewi Ratmi, Rajabia, Sulaiman, Hairuddin, dan juga kepada sahabat squad KASA Fifin Supriadi, Nasrin, Ma'mi, Amiruddin dan Gofal yang selalu memberikan semangat serta motivasi sehingga penulis dapat terus berusaha untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Kepada seluruh keluarga Saudara/i masita, rina, selaku paman dan tante dari penulis, kepada kakak dan adik penulis Darmansyah, Ansar K, Ulfa Damayanti, dan Istifani yang selalu mengingatkan penulis serta selalu memberikan rasa semangat dalam penulisan skripsi ini.
12. Kepada seluruh pihak yang telah membantu mempermudah penelitian penulis, seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah kepada semua yang telah membantu penulis. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua.

Palu, 23 Maret 2023 M
1 *Ramadhan* 1443 H

Penulis,

ERI IOSAN
NIM.17.3.12.0122

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Garis-garis Besar Isi	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Kajian Teori	14
1. Teori <i>Corporate Social Responsibility</i>	14
2. Teori Citra Perusahaan	20
C. Kerangka Pemikiran	22
D. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan dan Disain Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Definisi Operasional	27
E. Instrumen Penelitian	29
F. Teknik Pengumpulan Data	30
G. Teknik Analisis Data	31

BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
	A. Gambaran umum Toko Palu Makeup.....	36
	B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
	1. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian.....	36
	2. Uji Validitas dan Reabilitas	38
	a. Uji Validitas.....	38
	b. Uji Reabilitas	39
	3. Deskripsi Variabel Penelitian	40
	4. Uji Asumsi Klasik	46
	a. Uji Normalitas	47
	5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	49
	6. Koefesien Determinasi (R^2).....	51
	7. Uji Hipotesis	52
	C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	52
BAB V	PENUTUP.....	59
	A. Kesimpulan	59
	B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu	10
2. Definisi Operasional Variabel.....	27
3. Deskripsi Kuesioner.....	37
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
5. Hasil Uji Validitas Instrumen	38
6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	40
7. Distribusi Frekuensi CSR	41
8. Distribusi Frekuensi Citra Perusahaan.....	44
9. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	50
10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51

DAFTAR GAMBAR

1. Kerangka Pemikiran.....	22
2. Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	48
3. Hasil Uji Asumsi Klasik Probability Plot	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner/Angket
- Lampiran II : Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran III : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran IV : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran V : Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
- Lampiran VI : Lembar Pengajuan Judul Skripsi
- Lampiran VII : Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran VIII : Surat Izin meneliti
- Lampiran IX : Surat Balasan Izin Meneliti
- Lampiran X : Dokumentasi
- Lampiran XI : Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Eri iqsan
NIM : 17.3.12.0122
Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP PERUSAHAAN PT. MANAKARA SAKRTI ABADI DESA SARJO KECAMATAN SARJO**

CSR merupakan program yang mempunyai kepentingan untuk memperhatikan keuntungan bagi masyarakat banyak dan bukan untuk kepentingan perusahaan semata. CSR dapat digunakan perusahaan sebagai strategi pencitraan bagi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan bagi masyarakat khususnya masyarakat di sekitar area perusahaan. Bagi perusahaan yang memiliki usaha cukup dikenal masyarakat luas, bentuk kepedulian sosial sangat diharapkan oleh masyarakat, pada dasarnya adanya kepedulian perusahaan akan program CSR sangat diperlukan demi terjaganya hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan

Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kecamatan Sarjo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Sarjo yang berada disekitar perusahaan dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik quota sampling, karena semua unsur atau anggota populasi memiliki kemungkinan yang tidak sama untuk dipilih sebagai sampel.

Hasil olahan statistik yang dibantu dengan program SPSS 26 *For Windows*, menunjukkan bahwa nilai $T_{hitung} 2,235 > T_{tabel} 2,010$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.020 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.020 < 0.05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel CSR (X) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) yaitu 0.329 atau 32,9%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (masyarakat) memandang bahwa kegiatan CSR sudah mampu mempengaruhi secara signifikan citra perusahaan.

Implikasi dari penelitian ini, bahwa bagi PT. Manakara Sakti Abadi harus tetap mempertahankan kegiatan CSR dengan baik, karena variabel tersebut memberikan pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini, dan nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dasarnya tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan dengan memberdayakan modal yang dimiliki. Hal ini memicu perusahaan untuk lebih mementingkan kepentingan penyediaan modal sebagai antisipasi keberlangsungan kegiatan produksi. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi perkembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan dan pada akhirnya tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran lingkungan sosial tetapi justru menjadikan terciptanya penurunan kondisi sosial¹.

Perubahan pada tingkat kesadaran masyarakat mengenai kondisi lingkungan dan sosialnya tersebut mengakibatkan timbulnya rasa kurang empati kepada pihak perusahaan karena melihat dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya. Kompleksitas permasalahan sosial (*Social problems*) yang semakin rumit telah menempatkan dan melahirkan konsep *corporate social*

¹Indah Kharis Wulan, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Pelabuhan Indonesia I (Persero), (Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan 2018),1

responsibility sebagai suatu konsep yang diharapkan mampu memberikan alternatif terobosan baru dalam pemberdayaan masyarakat²

Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap lingkungan eksternalnya. Isu mengenai pelaksanaan CSR menjadi topik yang sering diperbincangkan sebagai praktek dari tanggung jawab sosial perusahaan. Terbitnya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang dalam salah satu pasalnya memuat kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, untuk melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), ditanggapi dengan beragam sikap oleh berbagai pihak. CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders*, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan pengoperasian perusahaan. Keseimbangan dan pemerataan guna menciptakan sebuah keseimbangan dan pemerataan kesejahteraan sosial ekonomi di masyarakat agar kecemburuan sosial tidak lagi berpotensi menjadi sumber konflik³.

Program CSR merupakan program yang mempunyai kepentingan untuk memperhatikan keuntungan bagi masyarakat banyak dan bukan untuk kepentingan perusahaan semata. CSR dapat digunakan perusahaan sebagai strategi pencitraan bagi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan bagi masyarakat khususnya masyarakat di sekitar area perusahaan. Bagi perusahaan

²Ibid, 1.

³Made Aryawan, I Ketut Rahyuda, Ni Wayan Ekawati, Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* (Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan, (*E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 2, 2017), 605.

yang memiliki usaha cukup dikenal masyarakat luas, bentuk kepedulian sosial sangat diharapkan oleh masyarakat, pada dasarnya adanya kepedulian perusahaan akan program CSR sangat diperlukan demi terjaganya hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan⁴.

Kepedulian perusahaan melalui program CSR akan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan tersebut, dan pada akhirnya ini akan menciptakan penilaian yang baik pada perusahaan. Penilaian ini akan menimbulkan dampak positif masyarakat terhadap citra perusahaan. Citra perusahaan merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi masyarakat terhadap perusahaan disadari atas apa yang mereka ketahui tentang perusahaan yang bersangkutan, citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting, untuk itu para manajemen perusahaan harus menjaga jangan sampai masyarakat memiliki persepsi yang buruk, karena itu akan menghambat jalannya operasional dan akan merugikan perusahaan⁵.

Melalui kegiatan CSR ini, industri dan korporasi berperan mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata, melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan

⁴Silvania Mira Vegawati Srikandi Kumadji Dahlan Fanani, Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB)|20 No. 1 (Maret 2015), 2

⁵Indah Kharis Wulan, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Pelabuhan Indonesia I (Persero), (Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan 2018), 2

aspek lingkungan. Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan yang berkelanjutan.

Berdasarkan sifatnya, pelaksanaan program CSR dapat dibagi 2 yakni Program pengembangan masyarakat (*Community Development*) dan Program pengembangan relasi (*Relation Development*). Sasaran dari Program CSR (CD & RD) adalah: (1) Pemberdayaan SDM lokal (pelajar, pemuda dan mahasiswa termasuk di dalamnya); (2) Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat sekitar daerah operasi; (3) Pembangunan fasilitas sosial/umum, (4) Pengembangan kesehatan masyarakat, (5) Sosbud, dan lain-lain⁶.

Sebagai perusahaan swasta yang juga ikut berkontribusi dalam mengembangkan perekonomian daerah setempat, PT Manakara Sakti Abadi sudah menerapkan program CSR di atas. Perusahaan telah menjalankan usahanya selama ini dengan pola bisnis yang berkelanjutan, menyeimbangkan aspek pembangunan sosial dan ekonomi dengan nilai konservasi keanekaragaman hayati dan ekologi. PT Manakara Sakti Abadi menjalankan usahanya berdasarkan tiga pilar bisnis yaitu *people, planet dan profit*⁷.

Dalam lingkup pemberdayaan SDM lokal (*people*), PT Manakara Sakti Abadi telah melakukan perekrutan tenaga kerja masyarakat lokal. Berdasarkan pernyataan resmi Rudy Hartono selaku direktur utama PT Manakara Sakti Abadi mengungkapkan bahwa dalam hal pemberdayaan SDM lokal, perusahaan telah

⁶Mohd.Zulfadhli, "Pengaruh Penerapan *Coorporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. RAPP terhadap Citra Positif Perusahaan di Kalangan Masyarakat Kelurahan Pangkalan Kerinci Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan". (skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosnial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru 2012), 3.

⁷Ibid,4.

merekrut sekitar 90% teknisi masyarakat sekitar⁸. Perusahaan juga melakukan *meeting* rutin mingguan yang dipimpin oleh Anang Mujiantoro bersama Manager Herry Handoyo dan para teknisi budidaya udang, teknisi mekanik dan teknisi elektrtik. Dalam *meeting* tersebut membahas pengembangan tambak serta sinergitas terhadap masyarakat disekitar perusahaan⁹.

Pelaksanaan CSR ditujukan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat. Lebih dari itu, PT Manakara Sakti Abadi meyakini bahwa kesinambungan usaha selain melalui pencapaian target *financial*, juga ditunjang investasi non-finansial, seperti yang dilakukan melalui berbagai program CSR. Sejak tahun 2017 PT. Manakara Sakti Abadi telah telah melakukan upaya memberikan bantuan kepada masyarakat Desa Sarjo sebagai berikut:

1. Penanaman sekitar 1000 bibit mangrove dipesisir pantai dan disekitar tempat perusahaan beroperasi,
2. Pemberian dana bantuan kepada masyarakat yang melakukan kegiatan pertandingan olahraga seperti: Bulu Tangkis, Takraw, dan lain-lain,
3. Pemberian dana bantuan renovasi bangunan serta program sukarela karyawan perusahaan pada pembangunan fasilitas sosial/umum seperti: Sekolah, Pusat Kesehatan Desa dan tempat beribadah

⁸Humas Ditjen Perikanan Budidaya, “Kunker ke Sulawesi Barat: Menteri Edhy Panen Udang Ditambak Udang Berkelanjutan”, Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia (10 JUNI 2020). <https://kkp.go.id/artikel/20147-kunker-ke-sulawesi-barat-menteri-edhy-panen-udang-di-tambak-udang-berkelanjutan> (02 november 2022).

⁹Redaksi, “*Meeting Rutin Mingguan Management PT. Manakara Sakti Abadi*”, (Media Suara Negeri 19 Februari 2019). <http://www.mediasuaranegeri.com/2019/02/19/meeting-rutin-mingguan-management-pt-manakara-sakti-abadi/> (02 november 2022).

4. Pembagian hasil panen udang kepada masyarakat sekitar perusahaan setiap panen raya
5. Rutin melakukan pemotongan hewan qurban pada saat hari raya idul adha untuk dibagikan ke masyarakat¹⁰.

Berdasarkan data-data di atas, kita dapat melihat komitmen PT Manakara Sakti Abadi dalam menjalankan program-program CSR mereka secara berkelanjutan yang dapat memberi dampak positif kepada lingkungan perusahaan. *Benefit* yang di dapat oleh lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan diharapkan dapat membentuk citra positif perusahaan yang akan berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan. Untuk dapat melaksanakan aktivitas perusahaan dengan baik dibutuhkan sinergi positif antara perusahaan dan lingkungan nya.

Namun, kesediaan perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR nya tidak serta merta bisa membentuk citra baik di kalangan masyarakat secara umum. Bagaimana respon warga dan masyarakat lokal yang mendapat bantuan tersebut. Benarkah kegiatan tersebut sudah dirasakan baik bagi masyarakat-masyarakat yang menerima sesuai dengan yang mereka dapatkan, atau kegiatan CSR tersebut masih dirasa kurang untuk dapat memberikan penilaian positif terhadap perusahaan bersangkutan. Alasan inilah yang membuat penulis tertarik untuk lebih dalam menguji pengetahuan apakah *corporate social responsibility* berpengaruh pada citra perusahaan. Maka untuk memberi judul penelitian, penulis memilih judul “Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kec. Sarjo”.

¹⁰Darmansyah, Jabatan Divisi Logistik Perusahaan, *Wawancara*, 04 Agustus 2022.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Manakara sakti abadi di Desa Sarjo Kec. Sarjo?
2. Seberapa besar variabel CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi di Desa Sarjo Kec. Sarjo?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap citra perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi di Desa Sarjo Kec. Sarjo.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar variabel CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi di Desa Sarjo Kec. Sarjo.

2. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kegunaan teoritis, hasil dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan kepada peneliti selanjutnya dalam bidang ekonomi, terutama mengenai pengaruh *Comporate Sosial Responsibily* (CSR) terhadap nilai dan citra perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kecamatan Sarjo.

b. Secara praktik

- 1) Bagi pihak PT. Manakara Sakti Abadi, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan dalam menerapkan dan memanfaatkan CSR untuk meningkatkan citra perusahaan.
- 2) Bagi mahasiswa lain, dengan adanya hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta sebagai bahan referensi dan dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

D. Garis-Garis Besar Isi

Untuk mempermudah pemahaman bagi pembaca tentang pembahasan proposal skripsi ini, maka penulis menganalisa secara garis besar menurut ketentuan yang ada dalam komposisi proposal skripsi ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan dalam materi pembahasan tersebut.

BAB I adalah pendahuluan yang akan membahas terkait latar belakan masalah, selanjutnya perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan garis-garis besar isi.

BAB II adalah kajian pustaka yang akan menguraikan dan menjelaskan tentang tinjauan pustaka yakni: penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pikiran, dan hipotesis.

BAB III adalah metode penilitian yang akan membahas tentang pendekatan dan disain penelitian populasi dan sampel penelitian, variabel

penelitian, definisi operasional, instrument penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan Bab ini akan membahas tentang profil objek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Penelitian terdahulu*

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh para peneliti sebelum dan telah diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya yang terkait dengan penelitian saat ini.

Gambar 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Desita Riyanta Mitra Karina Iwan Setiadi¹
Judul penelitian	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi
Hasil penelitian	Penelitian ini membuktikan CSR pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Dan pada penelitian ini juga membuktikan GCG tidak mampu memperkuat atau dengan kata lain memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
Persamaan	Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang

¹ Desita Riyanta Mitra Karina Iwan Setiadi, "Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi", (Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan, Medan 2018)

	akan dilakukan peneliti terletak pada salah satu variabel independennya yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).
Perbedaan	Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel dependennya yaitu nilai perusahaan , sedangkan penelitian yang akan dilakukan variabel dependennya yaitu citra perusahaan.
Peneliti	Mohd.Zulfadhli²
Judul penelitian	Pengaruh penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) oleh PT. RAPP Terhadap citra positif perusahaan dikalangan masyarakat pangkalan kerinci timur kecamatan pangkalan kerinci, kabupaten pelalawan.
Hasil penelitian	a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dengan citra positif. Ini berarti bahwa semakin baik pemberian CSR akan semakin baik pula citra positif perusahaan RAPP. Sebaliknya semakin buruk pemberian CSR maka akan semakin turun citra perusahaan RAPP dimata masyarakat. Oleh karena itu CSR merupakan

² Mohd.Zulfadhli, "Pengaruh Penerapan Coorporate Social Responsibility (CSR) oleh PT. RAPP terhadap Citra Positif Perusahaan di Kalangan Masyarakat Kelurahan Pangkalan Kerinci Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan". (skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru 2012)

	<p>variabel penting untuk diperhatikan didalam memprediksi Citra Positif Perusahaan.</p> <p>b. Adapun besarnya pengaruh CSR mempengaruhi Citra Positif Perusahaan oleh masyarakat kelurahan pangkalan kerinci timur adalah sebesar 66,4% sedangkan sisanya sebesar 33,6%. Citra positif perusahaan dikelurahan 51 70 pangkalan kerinci timur dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.</p>
Persamaan	<p>Kesamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada tempat penelitian, penelitian terdahulu ini dilaksanakan dikelurahan pangkalan kerinci timur, kecamatan pangkalan kerinci kabupaten pelalawan. Sedangkan penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Sarjo, Kec.Sarjo.</p>
Perbedaan	<p>Yang membedakan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada variabel dependennya, penelitian terdahulu fokus terhadap citra positif perusahaan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu berfokus pada citra positif dan negatif perusahaan.</p>

Peneliti	Sri Yayanti³
Judul Penelitian	Pengaruh tanggung jawab sosial <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap citra perusahaan dan dampaknya pada minat beli konsumen PT.XL Axiata Tbk Medan.
Hasil Penelitian	Berdasarkan perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung dari setiap variabel endogennya, tanggung jawab sosial atau corporate sosial responsibility terhadap citra perusahaan ditunjukkan bahwa pengaruh langsung sebesar 0,574 atau 57,4%. Yang artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen
Persamaan	Dalam penelitian ini memiliki kesamaan yang akan dikaji oleh peneliti yaitu terletak pada instrument penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR).
Perbedaan	Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada objek dan fokus penelitian, penelitian terdahulu lebih fokus terhadap citra perusahaan dan dampak pada minat beli konsumen, sedangkan objek penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu hanya berfokus pada nilai dan citra perusahaan.

³ Sri Yayanti, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen PT.XL Axiata Tbk Medan" (Skripsi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan, Medan 2017)

B. Kajian Teori

1. Corporate Social Responsibility

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama dengan para pihak yang terkait, utamanya masyarakat di sekelilingnya dan lingkungan sosial dimana perusahaan berada. *Corporate social responsibility* pada prinsipnya kegiatan yang memperhatikan keinginan dari semua *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice* yang memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3P. Selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*)⁴.

b. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial melainkan pula untuk membangun sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, serta berkelanjutan. Pengertian CSR yang *relative* lebih mudah dipahami dan dioperasionalkan adalah dengan mengembangkan konsep *Tripple Bottom Lines* (*profit, planet dan people*) yang digagas oleh Elkington dalam bukunya *Cannibal*

⁴ Risna Nurjanah , Ade Sofyan Mulazid, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan”, *Jurnal Muqtasid*, 9(1) (Juni 2018)

With Forks: The Tripple bottom Lines in 21 Century Business, Elkington menegaskan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula, memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Berkaitan dengan itu Suharto menambahkan dengan satu *line* tambahan, yaitu *procedure*. Dengan demikian, CSR adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional⁵.

Dengan penjelasan di atas dapat dijelaskan bahwa perusahaan harus memperhatikan 3 aspek pada konsep *triple bottom line* yang terdiri dari⁶

1. *People* (Masyarakat pemangku kepentingan), masyarakat merupakan bagian terpenting bagi kelangsungan hidup perusahaan, karena masyarakat merupakan salah satu unsur pendukung yang menentukan kelangsungan hidup dan juga perkembangan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat yang sebaik-baiknya kepada masyarakat sekitar.
2. *Planet* (Lingkungan), apabila perusahaan ingin mempertahankan eksistensinya dan agar dapat diterima oleh masyarakat, maka perusahaan tersebut juga harus menyertakan pula tanggung jawabnya terhadap

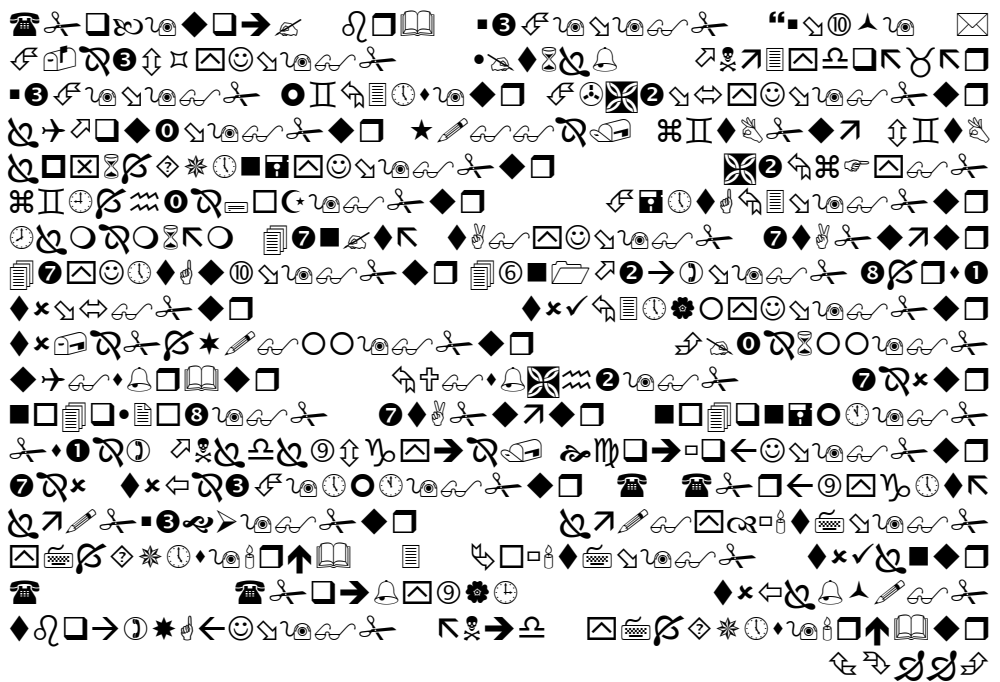
⁵ Edi Suharto, *CSR DAN COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 5

⁶ Yossie Ria Sofianty, Dejamhur Hamid, Rizky Yudhi Dewantara, "Analisis Penerapan CSR dan Dampak Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Pada Hotel Ibis Surabaya City Center)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42, No.2, Januari 2017, 28

lingkungan sekitar. Perusahaan dengan lingkungan merupakan hubungan sebab akibat, yang apabila lingkungan dirawat dengan baik akan memberikan manfaat yang baik bagi perusahaan.

- 3. *Profit* (Keuntungan), *profit* adalah unsur yang paling penting dan juga menjadi tujuan utama dari setiap usaha. *Profit* merupakan pendapatan tambahan yang digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan.

CSR dalam konsep Islam telah disebutkan dalam Al-Qur'an yakni QS. Al-Baqarah/2 : 177, yang berbunyi :⁷



Terjemahannya :

“Bukankah menhadapkan wajahmu kearah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim,

⁷Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : PT Cordoba International, 2019).

orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imamnya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”.

Ayat ini menjelaskan bahwa kebajikan itu menghadapkan wajahmu ke arah timur, yaitu shalat tanpa dibarengi ke khusyukan dan keikhlasan karena menghadapkan hal itu bukanlah pekerjaan yang susah. Tetapi kebajikan yang sesungguhnya itu ialah pada hal-hal sebagai berikut.

Kebajikan orang yang beriman kepada Allah dan tidak menyekutukan-Nya dengan apapun; hari akhir yaitu hari pembalasan segala amalan perbuatan selama didunia sehingga mendorong manusia untuk selalu berbuat baik; malaikat-malaikat yang taat menjalankan perintah Allah yang tidak pernah berbuat maksiat sehingga mendorong manusia untuk meneladani ketaatan-Nya; kitab-kitab yang diturunkan kepada para Rasul; dan nabi-nabi yang selalu menyampaikan kebenaran meskipun banyak yang memusuhinya kebajikan orang yang dicintainya kepada kerabat yang kurang mampu, anak yatim, karena mereka sudah kehilangan orang tua, sehingga setiap orang beriman patut memberikan kebaikan kepada mereka, orang-orang miskin yang hidupnya serba kekurangan dalam memenuhi dalam kehidupan sehari-hari, orang-orang yang dalam perjalanan atau musafir yang kehabisan bekal perjalanan, peminta-minta untuk meringankan penderitaan dan kekurangannya, dan untuk memerdekakan hamba sahaya yang timbul akibat perbudakan.

Kebajikan orang yang melaksanakan shalat dengan khushyuk dan memenuhi syarat dan rukunnya, menunaikan zakat sesuai ketentuan dan tidak menunda-nunda pelaksanaannya, orang-orang tidak menepati janji apabila berjanji dan tidak pernah mengingkarinya, orang yang sabar dalam kemelaratan, penderitaan, dan pada masa peperangan dengan segala kesengsaraan, kepedihan dan berbagai macam kekurangan. Orang yang mempunyai sifat-sifat ini, mereka itulah orang-orang yang benar keimanannya, dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa kepada Allah⁸.

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat juga manfaat (CSR) oleh Dewi Kartini dalam bukunya yang menyebutkan bahwa terdapat 8 indikator yang sebaiknya digunakan dalam mengukur implementasi CSR⁹, yakni:

1. *Leadership* Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapatkan dukungan dari top management perusahaan dan terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.
2. Proporsi Bantuan CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur, apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.

⁸Belajar Tajwid, *Tafsir Ringkas Kemenag*, <http://tafsir.learn-quran.co/id/amp/surat-2-al-baqarah/ayat-177> (17 November 2022)

⁹Dewi Kartini, "*Corporate Sosial Responsibility* Transformasi konsep *sustainability management* dan implementasinya diIndonesia", (Bandung: PT. Refika Aditama), 54-55

3. Transparansi dan Akuntabilitas yaitu terdapat laporan tahunan, mendapatkan mekanisme audit sosial dan finansial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program-program CSR telah dapat ditujukan secara benar sesuai kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpanbalik dari masyarakat secara benar dengan melakukan *interview* dengan penerima manfaat.
4. Cakupan Wilayah terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan.
5. Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi yaitu dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan *multi-stakeholder* pada setiap siklus pelaksanaan proyek, terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas, pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman, dan penerimaan terhadap budayabudaya lokal yang ada, terdapat *blue-print policy* yang menjadi dasar pelaksanaan program.
6. Pelibatan *Stakeholder* yakni terdapat mekanisme koordinasi *reguler* dengan *stakeholders*, utamanya masyarakat, terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek.
7. Keberlanjutan yaitu terjadi alih peran dari korporat ke masyarakat, tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program yang baik. adanya pilihan *partnert* program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan sampai selesai dengan partner tersebut.

8. Hasil Nyata yaitu terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya kemampuan SDM (dalam bidang pendidikan), atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih perusahaan, terjadi perubahan pola pikir masyarakat, memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis, terjadi penguatan komunitas (*community empowerment*).

2. Citra Perusahaan

Citra atau *image* berkaitan dengan reputasi sebuah merek atau perusahaan. Citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek atau perusahaan. Citra perusahaan didefinisikan sebagai persepsi tentang sebuah organisasi yang terefleksi dalam ingatan masyarakat. menurut Philip Kotler citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi¹⁰

Citra adalah persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang (*enduring perception*). Jadi tidak mudah untuk membentuk citra, sehingga bila terbentuk akan sulit untuk mengubahnya. Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya.

Citra baik merupakan harta yang sangat tinggi nilainya bagi perusahaan manapun. Citra mendukung daya saing perusahaan dalam jangka menengah dan panjang. Citra baik dapat menjadi perisai perusahaan saat berada dalam masa

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2007), 94.

krisis. Oleh karena itu, setiap perusahaan mempunyai kewajiban untuk membangun citra baik perusahaan¹¹.

Menciptakan citra yang positif terhadap perusahaan merupakan tujuan utama bagi seorang Public Relations. Citra yang ideal merupakan impresi yang benar, yang sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya¹².

Menurut Rhenald Kasali citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri muncul dari berbagai sumber, salah satunya melalui opini publik, yakni opini sekelompok orang dalam segmen publik. Setiap orang dapat memiliki citra yang berbeda terhadap obyek yang sama. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberi manfaat lebih bagi orang lain. Citra perusahaan atau *corporate image* didefinisikan sebagai persepsi kepada sebuah perusahaan yang direfleksikan dalam asosiasi yang terdapat dalam ingatan dikalangan masyarakat¹³.

Menurut Jefkins Citra perusahaan (*corporate image*) berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin

¹¹Sri Yayanti, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen PT.XL Axiata Tbk Medan" (Skripsi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan, Medan 2017), 26.

¹²Ibid, 27.

¹³Rhenald, Kasali, *Sembilan Fenomena Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), 30.

tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, sampai berkaitan pada tanggung jawab sosial¹⁴.

Menurut Siswanto Sutojo, citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat¹⁵ :

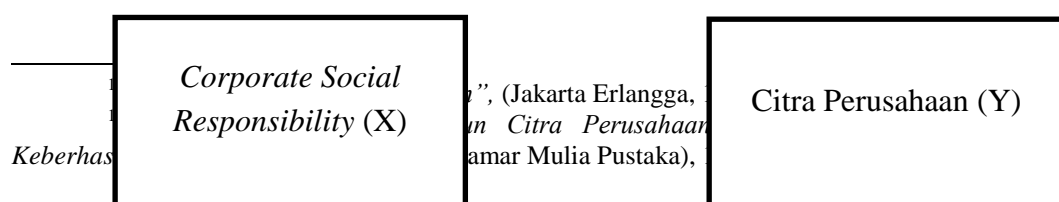
- a. Daya saing jangka menengah dan panjang. Perusahaan berusaha memenangkan persaingan pasar dengan menyusun strategi pemasaran praktis.
- b. Menjadi praisai selama masa krisis. Sebagian besar masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra baik, yang menyebabkan mereka mengalami krisis.
- c. Menjadi daya tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah asset perusahaan.
- d. Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.
- e. Menghemat biaya operasional karena citranya baik.

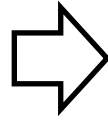
C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu mengenai pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan maka dapat dikembangkan kerangka koseptual berikut ini:

Gambar 2.1

Kerangka berfikir Penelitian





D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis diantara dua atau lebih variabel¹⁶. Berdasarkan penelitian terdahulu dan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah Terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi.

¹⁶Juliansyah Noor, *METODOLOGI PENELITIAN: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2012), 79.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur pengaruh variabel CSR terhadap Citra Perusahaan PT Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kec.Sarjo melalui perolehan data berbentuk angka-angka yang selanjutnya akan dilakukan analisis melalui statistik¹.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *verifikatif*, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap populasi dan sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.³

¹Sitti Aisya, *ed al.*, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu”, *Jurnal Ilmu Ekonomidan Bisnis Islam* Vol. 2 No. 1 (2020), 64. <http://jurnaljiebi.org/> (15 November 2022)

²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 8.

³Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Ed. 1, Cet. 2; Depok: Rajawali Pers, 2018), 60.

Populasi dalam penelitian digunakan untuk mempermudah pengelolaan data maka penulis akan mengambil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel, Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat terkhususnya Desa Sarjo yaitu warga Dusun Sendana, Dusun Balabonda, Dusun Tangnga-tangnga, Dusun Balabonda Pantai, dan Dusun Urubanua.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.⁴ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan nonprobability sampling, karena semua unsur atau anggota populasi memiliki kemungkinan yang tidak sama untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah quota sampling⁵. *Quota* sampling adalah tehnik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (*quota*) yang diinginkan.

Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah masyarakat desa sarjo yang terdiri dari tiga dusun di PT Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo, yang dalam hal ini meliputi 20 responden dari Dusun Urubanua, 15 responden dari Dusun Balabonda, dan 15 responden dari Dusun Balabonda Pantai. Menurut

⁴Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*, (Cet.I; Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), 52.

⁵Imam Dwi Riyanto, Syaiko Rosyidi, Rifqi Suprpto, “*Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Studi pada PT PJB UBJ O & M PLTU Rembang)*”, Buletin Bisnis & Manajemen 03, no.01 (Februari 2017): 56.

pendapat Roscoe⁶ penentuan jumlah sampel dapat didasarkan pada ukuran sampel lebih dari 30 orang dan kurang dari 500 adalah tepat dalam kebanyakan penelitian. Berdasarkan pemilihan sampel di atas maka jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden adalah sebanyak 50 buah kuesioner.

C. *Variabel Penelitian*

Menurut Moh. Nazir Variabel penelitian merupakan konsep yang memiliki bermacam-macam nilai.⁷ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas (*Independen*) dan variabel terikat (*Dependen*).

1. Variabel bebas (*variabel independen*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)⁸. Variabel independen (variabel bebas) dilambangkan dengan “(X)”. Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu, CSR yang dilambangkan dengan (X).

2. Variabel terikat (*variabel dependen*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

⁶Ibid,56.

⁷Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta, UII Perss, 2005), 93.

⁸Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen San Ekonomi Islam*, Edisi Pertama (Cet. 2; Jakarta: KENCANA, 16), 90.

variabel bebas⁹. Variabel dependen (varabel terikat) dilambangkan dengan “(Y)”. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu : Citra Perusahaan (Y).

D. Definisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, agar lebih terfokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasioanal adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya untuk mengukur suatu variabel.¹⁰

Adapun definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Jenis Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang	a. Ekonomi b. Lingkungan c. Sosial ¹²	Likert

⁹Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017) 49.

¹⁰Ibid., 47.

¹²Tinta Quest, “*Pengungkapan CSR berdasarkan Indikator GRI*”, <http://titaviolet.wordpress.com/2010/11/06/pengungkapan-csr-berdasarkan-indikator-gri/> (1 November 2022).

	berkelanjutan yang memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan ¹¹ .		
Citra perusahaan (Y)	Citra perusahaan merupakan sosok perusahaan sebagai yang tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, sampai berkaitan pada tanggung jawab sosial ¹³ .	a. Kesan b. Kepercayaan c. Sikap Sumber : Sri Yayanti, 2017.	Likert

¹¹Muchtar Anshary Hamid Labetubun, *et al.*, *CSR PERUSAHAAN : Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab*, (Bandung : Grup CV Widina Media Utama, 2022), 11, <http://book.google.co.id> (1 November 2022)

¹³ Frank Jeffkins, 1998, *"Public Relation"*, (Jakarta Erlangga), 19

E. Instrumen Penelitian

Instrument dalam penelitian ini adalah kuisioner atau angket. Dimana pernyataan-pernyataan kepada masyarakat Desa Sarjo. Pernyataannya dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan Skala *Likert*.

Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dengan menggunakan *skala likert*, maka dalam penelitian ini variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi sub-indikator yang dapat diukur.¹⁴

Contoh kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju:

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju				Sangat Setuju

Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	Diberi bobot/ skor 5
S	= Setuju	Diberi bobot/ skor 4
KS	= Kurang Setuju	Diberi bobot/ skor 3
TS	= Tidak Setuju	Diberi bobot/ skor 2
STS	= Sangat Tidak Setuju	Diberi bobot/ skor 1

¹⁴Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Edisi Pertama (Cet. 4; Jakarta: KENCANA, 2017), 25.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.¹⁵ Dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data skunder diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu mempelajari buku dan dokumen-dokumen dengan maksud untuk menghimpun teori. Sedangkan data primer sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi berupa pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteliti, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang objek penelitian tersebut. Dalam hal ini peneliti tidak terlibat langsung hanya sebagai pengamat.

2. Kuisisioner

Kuisisioner berupa teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan dan harus diisi oleh responden.¹⁶ Adapun responden disini yaitu masyarakat Desa Sarjo.

3. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara dilakukan langsung kepada pihak yang berhak memberikan data/informasi secara sistematis untuk

¹⁵Sugiyono, *Metode*, 224.

¹⁶Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Ed.1, Cet. 5; Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 132

memperoleh kejelasan mengenai data yang diperoleh dilapangan. Dalam hal ini peneliti mewawancarai masyarakat Desa Sarjo.

G. Teknik Analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kec. Sarjo.

1. Uji Validitas

digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁷ Menurut sugiyono dapat diketahui dengan cara mengorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid sebaliknya bila korelasi r dibawah 0,30 maka butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dilarang.¹⁸

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil.

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: ALFABETA, 2011), 162.

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta 2013) 162.

Pengujian reliabilitas terhadap semua item pernyataan ini menggunakan formula *Cronbach Alpha* (Koefisien Cronbach), dimana secara umum dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*-nya $> 0,6$. Apabila variabel yang diteliti memiliki Cronbach's Alpha (α) $> 60\%$ (0,06) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya Cronbach's Alpha (α) $< 60\%$ (0,06) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.¹⁹

3. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa asumsi dasar yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis regresi. Dengan terpenuhinya asumsi dasar tersebut, maka hasil yang diperoleh lebih akurat dan mendekati atau sama dengan kenyataan. Penyimpangan asumsi dasar tersebut dalam regresi dapat menimbulkan masalah, seperti standar kesalahan untuk masing-masing koefisien yang diduga sangat besar, pengaruh masing-masing variabel bebas tidak dapat dideteksi atau variasi dari koefisiennya tidak minim lagi. Asumsi dasar yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data kita.²⁰ Model regresi yang baik adalah

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Cet. VII;Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013), 47.

²⁰ Haryadi Sarjono dan Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 53.

memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Dari hasil grafik histogram, didapatkan garis kurva normal, berarti data yang diteliti berdistribusi normal. Dengan demikian juga dari normal *probability plots*, menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.²¹

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi dengan melihat penyebaran data titik pada sumbu diagonal dari grafik normal P-P Plot. Adapun dasar pengambilan keputusan didasarkan pada :

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

²¹Ibid., 91.

4. Uji Hipotesis

a. Regresi linear sederhana

Persamaan regresi linier sederhana merupakan suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan satu variabel bebas/ predictor (X) dengan satu variabel tak bebas/ response (Y).

Persamaan regresi linier sederhana secara matematik diekspresikan oleh:

$$Y = a + bX$$

yang mana :

Y = Variabel Dependen (Citra Perusahaan)

X = Variabel Independen (*Corporate Social Responsibility*)

a = konstanta

b = koefisien regresi

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel bebas dan variabel terikat, maka digunakan teknik bantuan SPSS versi 26.0 for windows.

b. Uji T

Uji statistik T pada dasarnya digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas digunakan signifikansi 0,05. Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 maka tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel terikat terhadap variabel

bebas, sedangkan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh signifikan dari variabel terikat terhadap variabel bebas²².

c. *Uji Koefisien Determinasi (R^2)*

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menggerakkan variasi variabel independen nilai koefisien determinasi ini adalah nol dan satu²³. Koefisien determinasi menentukan besar hubungan variabel terkait yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dengan adanya regresi linier Y atas X. nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen berarti memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel depende

²²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*, Edisi 7, (Semarang: BPUD, 2013), 87.

²³ Algifari, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: BPEF UGM, 2000), 45

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Berawal dari tahun 2017, dilaksanakan gagasan untuk membangun sebuah tambak udang berkelanjutan di wilayah Sulawesi tengah yang kondisi alamnya cukup memadai maka ditemukanlah area lokasi yang terletak diperbatasan Sulawesi tengah dengan Sulawesi barat yaitu di dusun Urubanua Desa Sarjo, Kecamatan Sarjo. Kabupaten Pasangkayu.

Dilanjutkan dengan terbentuknya kerja sama antara pihak pemilik modal dengan warga setempat yang bersedia lahan terbuka miliknya dicetak menjadi tambak udang. Kerja sama diawali dengan bentuk perjanjian kerja sama No 63 bertanggal 23 maret 2017 untuk lahan seluas 6 Ha serta perjanjian kerja sama No 64 bertanggal 23 maret 2017 untuk lahan seluas 14 Ha, dengan total luas lahan kurang lebih 20 Ha dimulailah perencanaan dan dimulainya pembangunan tambak-tambak udang berkelanjutan berikut lengkap dengan fasilitas pendukungnya.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Manakara Sakti Abadi, yang beralamat di jalan Desa Sarjo. Data penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang

dibagikan kepada masyarakat Desa Sarjo yang berada disekitar perusahaan dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Dibagikan	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
50	50	50	50	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pada bab tiga dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 50 orang masyarakat Desa Sarjo. Data responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	32	64 %
2	Perempuan	18	36%
Jumlah			100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 50 jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 32 responden dan yang berjenis kelamin perempuan 18 responden. Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Untuk memenuhi syarat pada uji validitas adalah apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ pada taraf signifikansi 0,30 maka apabila korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka instrumen tersebut tidak valid¹.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
CSR (X)	1	0,713	0,30	Valid
	2	0,603	0,30	Valid
	3	0,688	0,30	Valid
	4	0,585	0,30	Valid
	5	0,675	0,30	Valid
	6	0,611	0,30	Valid
	7	0,536	0,30	Valid
	8	0,712	0,30	Valid
	9	0,653	0,30	Valid
	10	0,686	0,30	Valid

¹Sugiyono , 134.

Citra	1	0,832	0,30	Valid
Perusahaan	2	0,799	0,30	Valid
(Y)	3	0,792	0,30	Valid
	4	0,808	0,30	Valid
	5	0,816	0,30	Valid
	6	0,600	0,30	Valid
	7	0,534	0,30	Valid
	8	0,863	0,30	Valid
	9	0,766	0,30	Valid
	10	0,819	0,30	Valid

Sumber : Data Output SPSS 26 for windows

Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari keempat variabel diatas semua pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 0,30.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program *SPSS (Statistical For Sosial Siense) Versi 26* dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha (a)* lebih dari 0,60.² Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistik *SPSS Versi 26* dapat diketahui pada tabel berikut :

²Imam Gozali, 47.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiens	Cronbach Alpha	Keterangan
CSR (X)	11 Item	0,757	Reliabel
Citra Perusahaan (Y)	11 Item	0,777	Reliabel

Sumber Data : Output SPSS 26 for windows

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha (a)* lebih dari 0,60 ($a > 0,60$) yang artinya bahwa semua variabel yaitu X dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilakukan kejenjang selanjutnya.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah data terkumpul langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu, *Corporate Social Responsibility* (variabel independen) dan Citra Perusahaan (variabel dependen). Kemudian mencari rata-rata dari setiap jawaban responden untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah³

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas}}$$

Dimana :

$$P = \text{Panjang kelas interval}$$

³Nana Sudjana. *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2011), 47.

6	X6	21	105	24	96	2	6	3	6	-		50	213	4,26%
		42%		48%		4%		6%						
7	X7	24	120	24	96	2	6	-		-		50	222	4,44%
		48%		48%		4%								
8	X8	20	100	30	120	-		-		-		50	220	4,4%
		40%		60%										
9	X9	25	125	25	100	-		-		-		50	225	4,5%
		50%		50%										
10	X10	13	65	31	124	6	18	-		-		50	207	4,14%
		26%		62%		12%								
Rata-rata														

Sumber Data : Output SPSS 26 for windows

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama variabel CSR yaitu sebanyak 26 orang sangat setuju, 24 orang setuju. Total skor jawaban dari 50 responden adalah 222 dengan nilai rata-rata 4,44% maka pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 17 orang sangat setuju, 28 orang setuju, dan 5 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 212 dengan nilai rata-rata 4,24% maka pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 16 orang sangat setuju, 33 orang setuju, dan 1 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 215 dengan nilai rata-rata 4,3% maka pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 19 orang sangat setuju, 30 orang setuju dan 1 orang menjawab kurang setuju. Total skor

jawaban 50 responden adalah 218 dengan nilai rata-rata 4,36% maka pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 18 orang sangat setuju, 29 setuju, dan 3 orang menjawab ragu-ragu. Total skor jawaban 50 responden adalah 215 dengan nilai rata-rata 4,3% maka pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan keenam yaitu sebanyak 21 orang sangat setuju, 24 orang setuju, 2 orang menjawab kurang setuju, dan 3 orang menjawab tidak setuju. Total skor jawaban dari 50 responden adalah 213 dengan nilai rata-rata 4,26% maka pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh yaitu sebanyak 24 orang sangat setuju, 24 orang setuju, dan 2 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 222 dengan nilai rata-rata 4,44% maka pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedelapan yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, dan 30 orang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 220 dengan nilai rata-rata 4,4% maka pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kesembilan yaitu sebanyak 25 orang sangat setuju, dan 25 orang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 225 dengan nilai rata-rata 4,5% maka pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kesepuluh yaitu sebanyak 13 orang sangat setuju, 31 setuju, dan 6 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 207 dengan nilai rata-rata 4,14% maka pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

2. Deskripsi jawaban sampel terhadap variabel citra perusahaan (Y)

Tabel 4.6
Distribusi frekuensi variabel Citra Perusahaan

No	Item Pernyataan	SS	Skor	S	Skor	KS	Skor	TS	Skor	STS	Skor	n	Total Skor	Rata- rata
		5		4		3		2		1				
1	Y1	16	80	33	132	1	3	-		-		50	217	4,34%
		32 %		66%		2%								
2	Y2	16	80	34	136			-		-		50	216	4,32%
		32%		68%										
3	Y3	10	50	38	152	2	6	-		-		50	208	4,16%
		20%		76%		4%								
4	Y4	9	45	32	128	9	27	-		-		50	200	4%
		18%		64%		18%								
5	Y5	12	60	33	132	5	15	-		-		50	207	4,14
		24%		66%		10%								
6	Y6	19	95	30	120	1	3	-		-		50	218	4,36%
		38%		60%		2%								
7	Y7	16	80	32	128	2	6	-		-		50	214	4,28%
		32%		64%		4%								
8	Y8	16	80	33	132	1	3	-		-		50	215	4,3%
		32%		66%		2%								
9	Y9	16	80	34	136	-		-		-		50	216	4,32%
		32%		68%										
10	Y10	11	55	37	148	2	6	-		-		50	209	4,18%
		22%		74%		4%								
Rata-rata														

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama variabel citra perusahaan yaitu sebanyak 16 orang sangat setuju, 33 orang setuju, dan 1 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban dari 50 responden adalah 217 dengan nilai rata-rata 4,34% maka pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 16 orang sangat setuju, dan 34 orang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 216 dengan nilai rata-rata 4,32% maka pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 10 orang sangat setuju, 38 orang setuju, dan 2 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 208 dengan nilai rata-rata 4,16% maka pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 9 orang sangat setuju, 32 orang setuju dan 9 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 200 dengan nilai rata-rata 4% maka pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 12 orang sangat setuju, 33 setuju, dan 5 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 207 dengan nilai rata-rata 4,14% maka pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan keenam yaitu sebanyak 19 orang sangat setuju, 30 orang setuju, dan 1 orang menjawab kurang

setuju. Total skor jawaban dari 50 responden adalah 218 dengan nilai rata-rata 4,36% maka pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh yaitu sebanyak 16 orang sangat setuju, 32 orang setuju, dan 2 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 214 dengan nilai rata-rata 4,28% maka pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedelapan yaitu sebanyak 16 orang sangat setuju, 33 orang setuju, dan 1 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 215 dengan nilai rata-rata 4,3% maka pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kesembilan yaitu sebanyak 16 orang sangat setuju, dan 34 orang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 216 dengan nilai rata-rata 4,32% maka pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kesepuluh yaitu sebanyak 11 orang sangat setuju, 37 setuju, dan 2 orang menjawab kurang setuju. Total skor jawaban 50 responden adalah 209 dengan nilai rata-rata 4,18% maka pernyataan kelima termasuk dalam kriteria baik.

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah

koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat sebagai berikut :

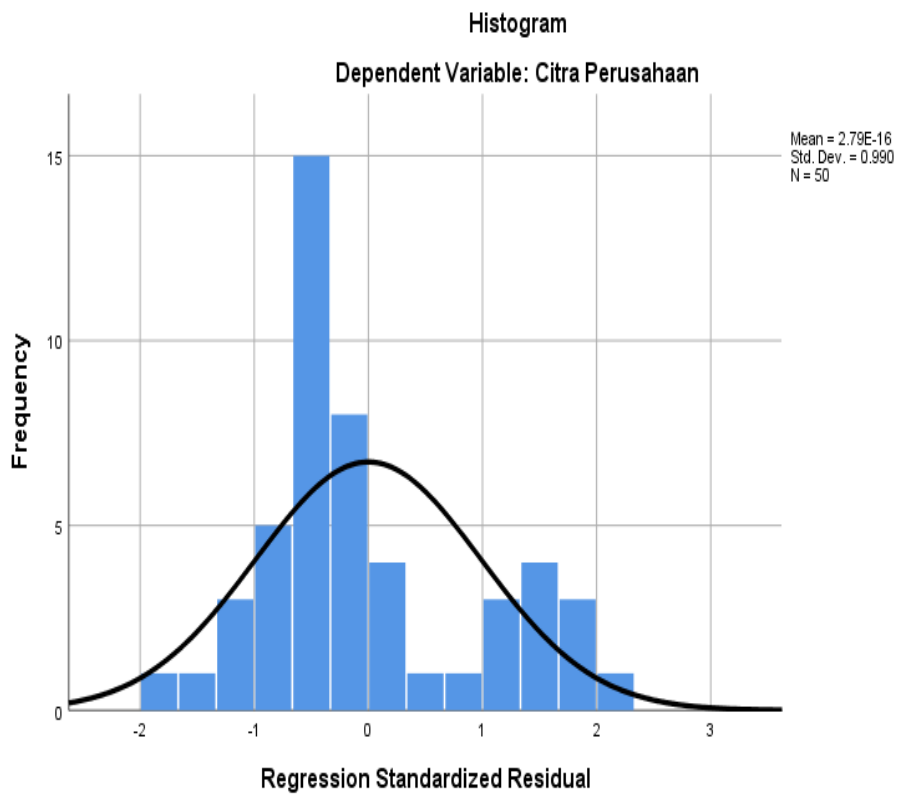
a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar deviasi yang sama dengan data kita.⁴ Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Model lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan menggunakan SPSS *for Windows* versi 26 baru terlihat grafik distribusi normal sebagai berikut :

⁴ Haryadi Sarjono dan Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 53.

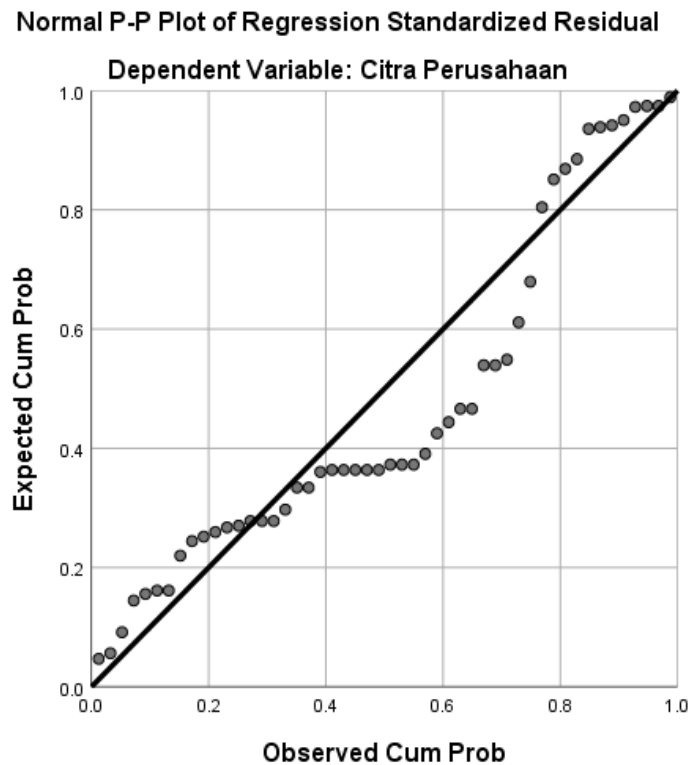
Gambar 4.1
Histogram



Grafik histogram di atas menunjukkan bahwa data penelitian menunjukkan bentuk normal karena mengikuti bentuk distribusi normal dimana pola distribusi yang normal tidak terjadi kemiringan, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.

Sedangkan hasil dari grafik probability plot (P-Plot) dari program SPSS *for Windows Release 26* adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Probability Plot



Berdasarkan grafik tersebut, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS versi 26.0 *for windows* diperoleh hasil analisis regresi linear sederhana adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.858	8.148		2.805	.007
	Corporate social responsibility	.454	.188	.329	2.416	.020

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber Data : Output SPSS 26 for windows

Tabel ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Manakara Sakti Abadi terhadap Citra Perusahaan Desa Sarjo Kec. Sarjo.

CSR (X) diperoleh nilai $T_{hitung} 2,235 > T_{tabel} 2,010$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.020 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.020 < 0.05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel CSR (X) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) yaitu 0.329 atau 32,9%.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.7, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 22.858 + 0.329 X$$

Dari persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 22.858, menyatakan apabila variabel bebas dalam penelitian ini diabaikan atau sama dengan nol, maka citra perusahaan (Y) akan bernilai tetap atau sebesar
- b. Nilai koefisien variabel CSR (X) bernilai positif yaitu sebesar 0.329, yang berarti setiap penambahan satu satuan variabel CSR maka akan meningkatkan Citra Perusahaan sebesar 0.329.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar presentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik *SPSS versi 26* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.8

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 ^a	.108	.090	3.913

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

b. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber : Output SPSS versi 26 For Windows

Tampilan *output SPSS Model Summary* besarnya R^2 adalah 108. Hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel Citra Perusahaan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel dependen yang terdiri dari CSR (X) sebesar 10,8%.

7. Hasil Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan uji T. Uji T dilakukan untuk mengetahui Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo Kecamatan Sarjo.

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada tabel 4.7, maka dapat diketahui bahwa CSR (X) diperoleh nilai $T_{hitung} 2,235 > T_{tabel} 2,010$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.020 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.020 < 0.050$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel CSR (X) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Berdasarkan uji T tersebut, hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa “ Terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi,” **diterima.**

C. Pembahasan

Hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan *SPSS 26 for Windows*, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Dsa Sarjo, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi Desa Sarjo.

1. pengaruh CSR terhadap citra perusahaan PT. Manakara sakti abadi di Desa Sarjo Kec. Sarjo

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $T_{hitung} 2,235 > T_{tabel} 2,010$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.020 pada tabel *coefficients* dengan nilai α

(tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.020 < 0.05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel CSR (X) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) yaitu 0.329 atau 32,9%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (masyarakat) memandang bahwa Kegiatan CSR sudah mampu mempengaruhi secara signifikan citra perusahaan.

Sesuai dengan kegiatan-kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Manakara Sakti Abadi pada masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan yang diantaranya :

1. Penanaman sekitar 1000 bibit mangrove dipesisir pantai dan disekitar tempat perusahaan beroperasi,
2. Pemberian dana bantuan kepada masyarakat yang melakukan kegiatan pertandingan olahraga seperti: Bulu Tangkis, Takraw, dan lain-lain,
3. Pemberian dana bantuan renovasi bangunan serta program sukarela karyawan perusahaan pada pembangunan fasilitas sosial/umum seperti: Sekolah, Pusat Kesehatan Desa dan tempat beribadah
4. Pembagian hasil panen udang kepada masyarakat sekitar perusahaan setiap panen raya
5. Rutin melakukan pemotongan hewan qurban pada saat hari raya idul adha untuk dibagikan ke masyarakat

Kegiatan-kegiatan CSR tersebut dapat memperkuat hasil uji yang dilakukan penulis bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan pada masyarakat disekitar perusahaan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ridwan yang menyatakan bahwa Terdapat hubungan yang signifikan antara CSR dengan Citra Perusahaan. Ini berarti bahwa semakin baik pemberian CSR akan semakin baik pula Citra perusahaan.⁵

Soemirat dan Ardianto berpendapat bahwa citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka pribadi. Adona juga berpendapat Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.⁶ Semakin banyak program-program kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Manakara Sakti Abadi pada masyarakat sekitar perusahaan Desa Sarjo semakin baik pula citra perusahaan di mata masyarakat Desa Sarjo.

⁵ Mohd.Zulfadhli, "Pengaruh Penerapan *Coorporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. RAPP terhadap Citra Positif Perusahaan di Kalangan Masyarakat Kelurahan Pangkalan Kerinci Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan". (skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru 2012), 69.

⁶ Silvania Mira Vegawati Srikandi Kumadji Dahlan Fanani, Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB)|20 No. 1 (Maret 2015), 3.

2. Besar variabel CSR yang mempengaruhi citra perusahaan PT. Manakara Sakti Abadi di Desa Sarjo Kec. Sarjo

Berdasarkan hasil uji Analisis koefisien determinasi R^2 , besarnya R^2 adalah 10,8%. Hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel Citra Perusahaan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel dependen yang terdiri dari CSR (X) sebesar 10,8%. Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,329. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi sebesar 0,108 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh CSR (X) terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) adalah sebesar 10,8%.

Sesuai dengan hasil jawaban responden yang ada bahwa, 16 responden atau 32% yang sangat setuju dengan pernyataan bahwa PT. Manakara Sakti Abadi mampu melaksanakan kegiatan CSR yang berkelanjutan. Hal ini diperkuat lagi pernyataan lainnya sebanyak 33 responden atau 66% yang setuju bahwa, PT. Manakara Sakti Abadi mampu bersosialisasi dengan baik dengan masyarakat Desa Sarjo.

Berdasarkan hasil analisis dari jawaban responden tersebut, sudah seharusnya kegiatan CSR menjadi salah satu alasan masyarakat dapat menerima dan menyimpulkan bahwa perusahaan memiliki citra atau nilai yang berdampak baik bagi masyarakat sekitar perusahaan tersebut.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan program yang mempunyai kepentingan untuk memperhatikan keuntungan bagi masyarakat banyak dan bukan untuk kepentingan perusahaan semata. CSR dapat digunakan perusahaan sebagai

strategi pencitraan bagi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan bagi masyarakat khususnya masyarakat di sekitar area perusahaan. Bagi perusahaan yang memiliki usaha cukup dikenal masyarakat luas, bentuk kepedulian sosial sangat diharapkan oleh masyarakat, pada dasarnya adanya kepedulian perusahaan akan program CSR sangat diperlukan demi terjaganya hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan⁷.

Dalam Islam, social responsibility atau tanggung jawab sosial menjadi suatu kewajiban dan menjadi nilai fundamental dalam Islam. Hal ini dapat berdampak langsung bagi orang lain dengan melakukan sedekah yang bertujuan salah satunya untuk memenuhi hak-hak orang lain yang terdapat pada harta yang dimiliki. Adapun dasar-dasar untuk memahami serta menjalani hidup sesuai Islam, termasuk social responsibility, disebut dengan syariah.

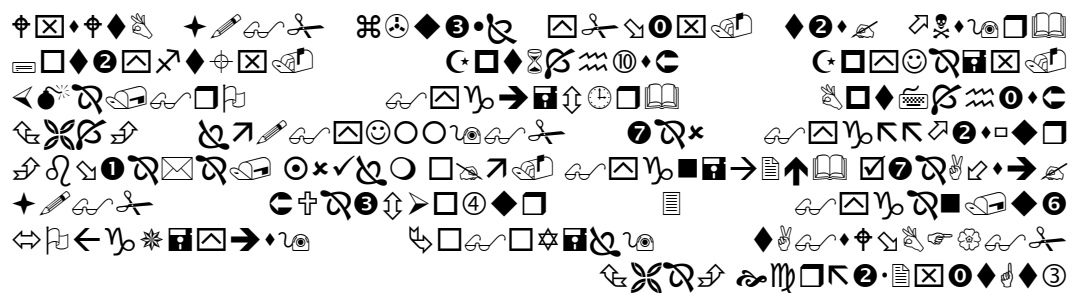
Dengan syariah, manusia dapat mengetahui panduan lengkap untuk menjalankan tahap kehidupan, seperti agama, keadilan sosial, bisnis dan sebagainya. Islam mengajarkan muslim untuk berperan aktif dalam lingkungannya, sehingga dapat meningkatkan spiritualitas dan keadilan sosial. Hal ini merupakan salah satu implementasi dari “hablum minallah, hablum minannaas”, yang dapat diartikan sebagai interaksi kepada pencipta dan interaksi kepada manusia.

⁷Silvania Mira Vegawati Srikandi Kumadji Dahlan Fanani, Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis* (JAB)|20 No. 1 (Maret 2015), 2

Kegiatan ekonomi tentu telah diatur dalam Islam. Tujuan dalam berekonomi dan berbisnis, tidak semata-mata untuk mencapai keuntungan internal sebesar-besarnya, tetapi untuk kesejahteraan bersama, sehingga keadilan bagi ekonomi dan sosial dapat tercipta. Maka, dengan ini CSR dalam Islam bukan sekedar konsep, melainkan sebuah anjuran yang mestilah terpenuhi dalam kegiatan ekonomi atau bisnis.

Berdasarkan perspektif Islam, CSR dikaitkan dengan mashlahah, yaitu tujuan untuk kesejahteraan bersama dalam mencapai falah (kemenangan). Sebagaimana diketahui bahwa CSR merupakan aktivitas yang tercerminkan dari values perusahaan, serta etika dan moral bisnis. Tentu, ini sangat melekat dalam budaya Islam, di mana seseorang menjalankan kehidupan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk dalam mengembangkan dan mengelola sesuatu hal, seperti perusahaan, kegiatan dan sebagainya. Prinsip-prinsip tersebut tentu didasari dari al-Quran dan sunnah. Maka, dalam hal ini terdapat prinsip-prinsip dasar CSR dalam Islam.

CSR dalam konsep Islam telah disebutkan dalam Al-Qur'an yakni QS. Ibrahim/14 : 24-25, yang berbunyi :



Terjemahannya:

tidakkah kamu perhatikan bagaimana Allah telah membuat perumpamaan kalimat yang baik seperti pohon yang baik, akarnya teguh dan cabangnya (menjulang) ke langit,

pohon itu memberikan buahnya pada Setiap musim dengan seizin Tuhannya. Allah membuat perumpamaan-perumpamaan itu untuk manusia supaya mereka selalu ingat.⁸

Para ulama tafsir berbeda pendapat mengenai pohon yang dimaksud dalam ayat tersebut. Ibn Katsir misalnya, berdasarkan riwayat dari al-Bukhari, mengartikan pohon yang baik adalah pohon kurma. Ulama lain menyatakan bahwa tidaklah penting pohon apa yang dimaksud, yang jelas ayat tersebut berbicara tentang tauhid dalam Islam.

Realisasi dari ketauhidan kepada Allah Swt. tidak hanya dalam ritual yang bersifat vertikal saja, malainkan harus menyertakan aktivitas horizontal sebagai bentuk dari hubungan sesama manusia. Sebab, agama ini menyatukan berbagai elemen kehidupan; tidak bisa dipisahkan dan harus disatukan. Quraish Shihab mengungkapkan, bahwa kesatuan tersebut di antaranya kesatuan antara urusan dunia dan akhirat, kesatuan kemanusiaan, kesatuan kepribadian, dan lain-lain.

Penafsiran di atas mengisyaratkan bahwa manusia adalah makhluk sosial dan memiliki tanggung jawab sosial dalam kehidupannya baik dalam lingkungan, ekonomi, keluarga maupun diri sendiri. Tanggung jawab ini diartikan sebagai bentuk sikap bertanggung jawab yang berkenaan dengan kehidupan bermasyarakat.⁹

⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : PT Cordoba International, 2019). 48

⁹ Tafsir Al Qur'an Referensi Tafsir di Indonesia, *Isyarat Alqur'an tentang Tanggung Jawab Sosial*, <https://tafsiralquran.id/isyarat-alquran-tentang-tanggung-jawab-sosial/> (30 Mei 2023)

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan analisis data yang telah diuraikan pada BAB VI sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis data tersebut bahwa ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan dapat dilihat dari uji statistik diperoleh nilai $T_{hitung} 2,235 > T_{tabel} 2,010$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0.020 pada tabel *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0.020 < 0.05$, dengan nilai ini memberikan makna bahwa variabel CSR (X) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom Beta. Besaran pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) yaitu 0.329 atau 32,9%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (masyarakat) memandang bahwa Kegiatan CSR sudah mampu mempengaruhi secara signifikan citra perusahaan.
2. Berdasarkan hasil uji Analisis koefisien determinasi R^2 , besarnya R^2 adalah 10,8%. Hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel Citra Perusahaan (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel dependen yang terdiri dari CSR (X) sebesar 10,8%. Jadi, besarnya pengaruh CSR (X) terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) adalah sebesar 10,8%.

B.Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. Manakara Sakti Abadi Pentingnya sumber daya bagi seluruh perusahaan dalam mencapai tujuannya baik itu karyawan maupun masyarakat yang berada disekitar perusahaan sehingga disarankan agar perusahaan harus tetap mempertahankan kegiatan CSR dengan baik, karena variabel tersebut memberikan pengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan.
2. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel CSR (X) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Oleh karena itu peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat berupa kerangka teoritis tentang pengaruh CSR terhadap citra perusahaan. Dan nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

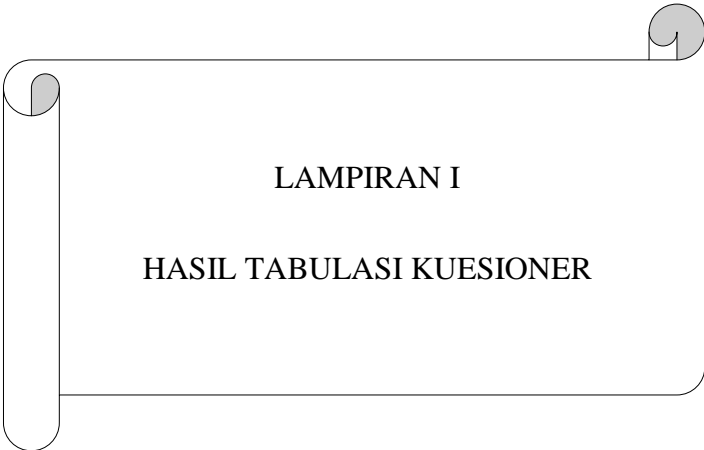
- Aisyah, Sitti, *ed al.*, “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Nimshop Palu”, *Jurnal Ilmu Ekonomidan Bisnis Islam* Vol. 2 No. 1 (2020), <http://jurnaljiebi.org/> (15 November 2022)
- Algifari, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: BPEF UGM, 2000
- Aryawan, Made. I Ketut Rahyuda, Ni Wayan Ekawati, Pengaruh Faktor *Corporate Social Responsibility* (Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 2, 2017.
- Badud, Zain, “*Kamus Umum Bahasa Indonesia*”, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001.
- Belajar Tajwid, *Tafsir Ringkas Kemenag*, <http://tafsir.learn-quran.co/id/amp/surat-2-al-baqarah/ayat-177> (17 November 2022)
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* Cet. VII; Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013.
- _____. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program*, Edisi 7, Semarang: BPUD, 2013.
- Hikmawati, Fenti. *Metodologi Penelitian*, Ed. 1, Cet. 2; Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Humas Ditjen Perikanan Budidaya, “Kunker Ke Sulawesi Barat: Menteri Edhy Panen Udang ditambah Udang Berkelanjutan”, Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia 10 JUNI 2020. <https://kkp.go.id/artikel/20147-kunker-ke-sulawesi-barat-menteri-edhy-panen-udang-di-tambah-udang-berkelanjutan> (02 november 2022).
- Indrawan, Rully. dan Popy Yaniawati, *Metode Penelitian* Cet.I; Bandung: PT. Rafika Aditama, 2014.
- Jeffkins, Frank., “*Public Relation*”, Jakarta Erlangga 1998.
- Kartini, Dewi. “*Corporate Sosial Responsibility* Transformasi konsep *sustainability management* dan implementasinya di Indonesia”, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Bandung : PT Cordoba International, 2019.

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Prenhallindo, 2007.
- Labetubun, Muchtar Anshary Hamid. *et al.*, *CSR PERUSAHAAN : Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab*, Bandung : Grup CV Widina Media Utama, 2022, 11, <http://book.google.co.id> (1 November 2022).
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*, (Cet.I; Yogyakarta: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).
- Noor, Juliansyah. *METODOLOGI PENELITIAN: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama* Jakarta: Kencana, 2012.
- Nurjanah, Risna. Ade Sofyan Mulazid, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan”, *Jurnal Muqtasid*, 9(1) (Juni 2018).
- Pengaruh (Def.I) (n.d), *Dalam kamus besar bahasa indonesia (KBBI) online*, <http://kbbi.web.id/-pengaruh> (22 oktober 2022).
- Poerwadarminta, W.J.S. “*Kamus Umum Bahasa Indonesia*”, Jakarta: Balai Pustaka, 1993.
- Quest, Tinta. “*Pengungkapan CSR berdasarkan Indikator GRI*”, <http://titaviolet.wordpress.com/2010/11/06/pengungkapan-csr-berdasarkan-indikator-gri/> (1 November 2022).
- Redaksi, “*Meeting Rutin Mingguan Management PT. Manakara Sakti Abadi*”, (Media Suara Negeri 19 Februari 2019). <http://www.mediasuaranegeri.com/2019/02/19/meeting-rutin-mingguan-management-pt-manakara-sakti-abadi/> (02 november 2022).
- Rhenald, Kasali, *Sembilan Fenomena Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Riyanta Desita. Mitra Karina, Iwan Setiadi, “Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi”, Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan, Medan 2018.
- Riyanto, Imam Dwi. Syaiko Rosyidi, Rifqi Suprpto, “*Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Studi pada PT PJB UBJ O & M PLTU Rembang)*”, Buletin Bisnis & Manajemen 03, no.01 (Februari 2017).

- Sarjono, Haryadi. Wilda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset* Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Siregar, Sofyan. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Ed.1, Cet. 5; Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Edisi Pertama Cet. 4; Jakarta: KENCANA, 2017.
- Sofianty, Yossie Ria. Dejamhur Hamid, Rizky Yudhi Dewantara, “Analisis Penerapan CSR dan Dampak Terhadap Kehidupan Sosial Ekonomi Masyarakat Studi Kasus Pada Hotel Ibis Surabaya City Center”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 42, No.2, Januari 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* Bandung: ALFABETA, 2011.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharto, Edi . *CSR DAN COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* Yogyakarta, UII Perss, 2005.
- Suryani, Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen San Ekonomi Islam*, Edisi Pertama Cet. 2; Jakarta: KENCANA, 16.
- Sutojo, Siswanto. “*Membangun Citra Perusahaan : Sebuah Sarana Penunjang Keberhasilan Pemasaran*”, Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.
- Vegawati, Sylvania Mira. Srikandi Kumadji, Dahlan Fanani, Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 20 No. 1 Maret 2015.
- Wulan, Indah Kharis. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Pelabuhan Indonesia I (Persero), Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan 2018.
- Yayanti, Sri. “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen PT.XL Axiata Tbk Medan” Skripsi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan,
Medan 2017.

Zulfadhli, Mohd. "Pengaruh Penerapan Coorporate Social Responsibility (CSR) oleh PT. RAPP terhadap Citra Positif Perusahaan di Kalangan Masyarakat Kelurahan Pangkalan Kerinci Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan". skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosnial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, Pekanbaru 2012.



LAMPIRAN I

HASIL TABULASI KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

No. Kuesioner :

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN PT MANAKARA SAKTI ABADI DESA SARJO
KECAMATAN SARJO**

Kepada masyarakat Desa Sarjo yang saya hormati, terimakasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden dalam penelitian ini, Kuesioner ini merupakan salah satu instrument penelitian yang dilakukan oleh :

Nama : Eri Iqsan
NIM : 17.3.12.0122
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Keguruan Tinggi : UIN Datokarama Palu

Bacalah baik-baik dan jawablah dengan jujur setiap pertanyaan-pertanyaan dibawah ini.

A. Identitas Responden

Kepada Bapak/Ibu dan Saudara (i) dimohon berilah tanda (X) untuk menjawab pertanyaan dibawah ini.

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Berapa usia anda saat ini : **(Pilih yang paling sesuai)**
 - a. < 20 tahun
 - b. 21 – 25 tahun
 - c. 26 – 30 tahun
 - d. 31 – 36 tahun
 - e. > 35 tahun
3. Apa pekerjaan anda : **(Pilih yang paling sesuai)**
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Petani
 - c. Buruh
 - d. Nelayan
 - e. Lainnya (sebutkan).....
4. Apa pendidikan terakhir anda : **(Pilih yang paling sesuai)**
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. Sarjana

B. Pengujian

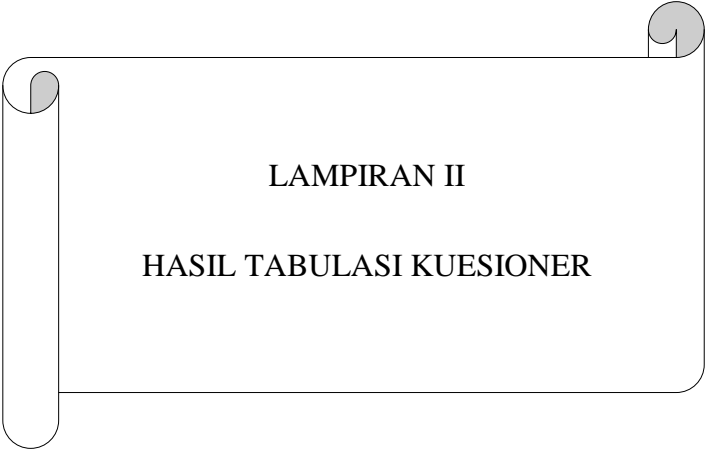
Ekonomi						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	PT Manakara Sakti Abadi membagikan hasil panen udang kepada masyarakat sekitar perusahaan setiap panen raya					
2	PT Manakara Sakti Abadi Rutin melakukan pemotongan hewan qurban pada saat hari raya idul adha untuk dibagikan ke masyarakat sekitar perusahaan					
3	PT Manakara Sakti Abadi memberikan bantuan dana kepada masyarakat yang melakukan kegiatan sosial pertandingan olahraga seperti: Bulu Tangkis, Takraw, dan lain-lain,					

Sosial						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	PT. Manakara Sakti Abadi melakukan pemberdayaan SDM lokal, perusahaan telah menerima sekitar 90% pekerja dari masyarakat sekitar					
2	PT Manakara Sakti Abadi memberikan kesempatan kerja yang sama bagi semua masyarakat sekitas perusahaan yang memenuhi syarat tanpa melihat latar belakang suku, agama, ras dan jenis kelamin					
3	PT Manakara Sakti Abadi berperan dalam pembangunan atau perbaikan sarana dan prasarana sekolah serta fasilitas ibadah yang bermanfaat bagi masyarakat					

Lingkungan						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lingkungan PT Manakara Sakti Abadi aman dan terawatt					
2	PT Manakara Sakti Abadi berusaha untuk tidak menimbulkan dampak yang buruk bagi lingkungan sekitar					
3	PT Manakara Sakti Abadi melakukan pemeliharaan dan pelestarian lingkungan sekitar perusahaan					
4	PT Manakara Sakti Abadi Penanaman sekitar 1000 bibit mangrove dipesisir pantai dan disekitar tempat perusahaan beroperasi					

Citra Perusahaan						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	PT. Manakara Sakti Abadi memiliki nama yang baik dimata masarakat Desa Sarjo					
2	PT. Manakara Sakti Abadi mampu bersosialisasi dengan baik dengan masarakat Desa Sarjo					
3	Dalam menjalankan usahanya PT. Manakara Sakti Abadi berperilaku jujur dan bersih					
4	Pekerja di PT. Manakara Sakti Abadi dikenal disiplin, kerja keras, dan berdedikasi tinggi					
5	PT. Manakara Sakti Abadi dalam menjalankan usahanya tidak mengalami konflik kepentingan					

Citra Perusahaan						
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
6	PT. Manakara Sakti Abadi selalu berusaha bertanggung jawab terhadap segala masalah yang terjadi diperusahaan					
7	PT. Manakara Sakti Abadi selalu berusaha memenuhi harapan masyarakat Desa Sarjo					
8	Adanya program CSR di PT. Manakara Sakti Abadi akan memberikan kesan yang baik bagi masyarakat Desa Sarjo					
9	PT. Manakara Sakti Abadi mampu melaksanakan kegiatan CSR yang berkelanjutan					
10	PT. Manakara Sakti Abadi yang menerapkan kebijakan CSR mempunyai banyak nilai lebih daripada usaha yang hanya berorientasi pada keuntungan (<i>profit</i>)					

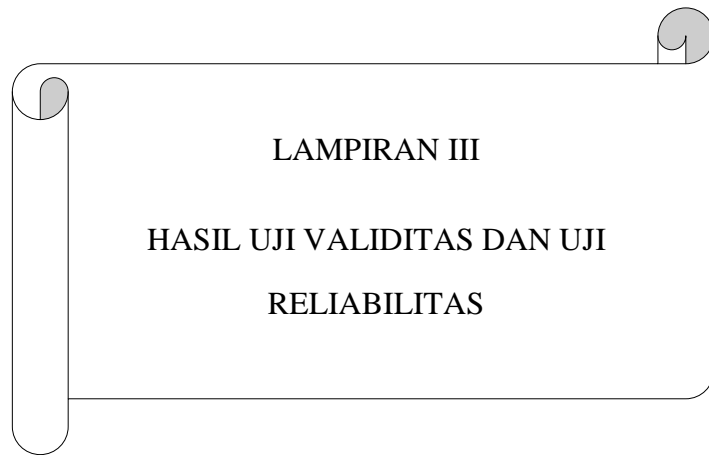


LAMPIRAN II
HASIL TABULASI KUESIONER

TABULASI DATA PERNYATAAN KUESIONER VARIABEL
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

NO RESPONDEN	PERNYATAAN (X)										TOTAL X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	4	3	4	4	4	3	5	5	4	3	39
2	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	39
3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46
8	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	45
9	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
13	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
14	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44
15	5	3	5	5	4	2	5	5	5	3	42
16	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
17	5	5	5	4	3	2	3	4	5	5	41
18	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
21	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
23	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
24	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
25	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	43
26	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	41
27	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	47
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	5	5	5	4	3	2	3	4	5	5	41
32	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
36	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43

37	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
38	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	5	3	3	3	4	4	4	5	3	38
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
48	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	43
49	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
50	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41



LAMPIRAN III

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI
RELIABILITAS

x8	Pearson Correlation	.523**	.277	.490**	.455**	.569**	.298*	.443**	1	.327*	.354*	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.051	.000	.001	.000	.036	.001		.021	.012	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x9	Pearson Correlation	.801**	.517**	.600**	.154	.174	.226	.210	.327*	1	.366**	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.286	.227	.114	.143	.021		.009	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x10	Pearson Correlation	.443**	.825**	.593**	.287*	.284*	.259	-.005	.354*	.366**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.043	.046	.069	.974	.012	.009		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalX	Pearson Correlation	.713**	.603**	.688**	.585**	.675**	.611**	.536**	.712**	.653**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	11

y8	Pearson Correlation	.920**	.617**	.657**	.667**	.770**	.354*	.362**	1	.532**	.696**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.010		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y9	Pearson Correlation	.617**	.908**	.504**	.500**	.436**	.597**	.365**	.532**	1	.460**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.009	.000		.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y10	Pearson Correlation	.612**	.550**	.956**	.629**	.647**	.384**	.354*	.696**	.460**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.012	.000	.001		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TotalY	Pearson Correlation	.832**	.799**	.792**	.808**	.816**	.600**	.534**	.863**	.766**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	11

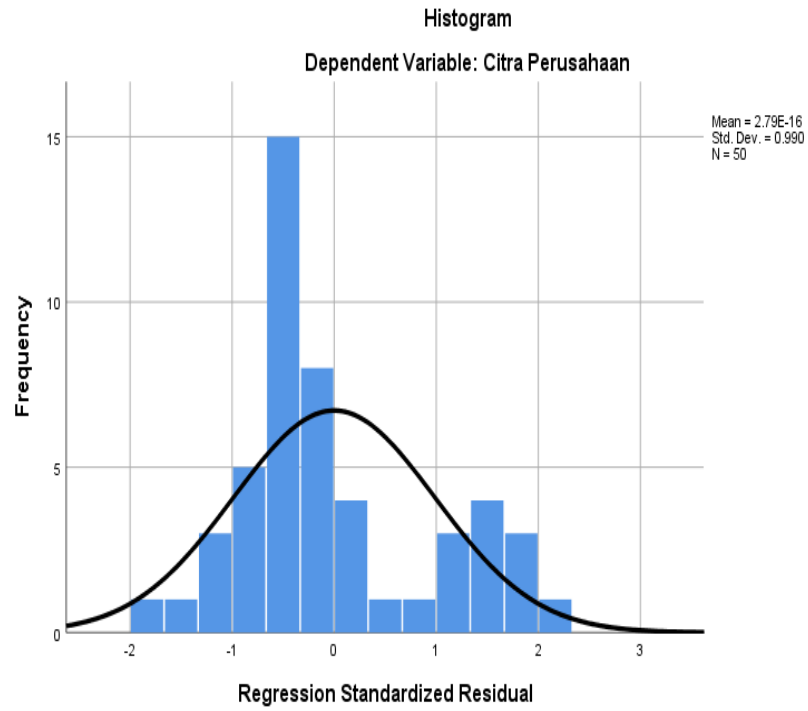


LAMPIRAN IV

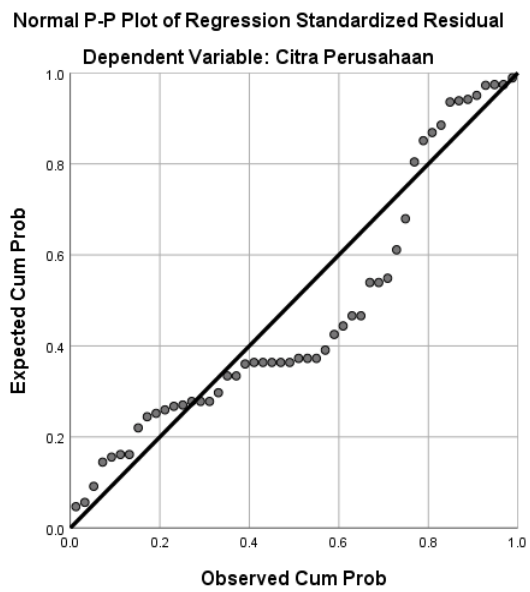
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

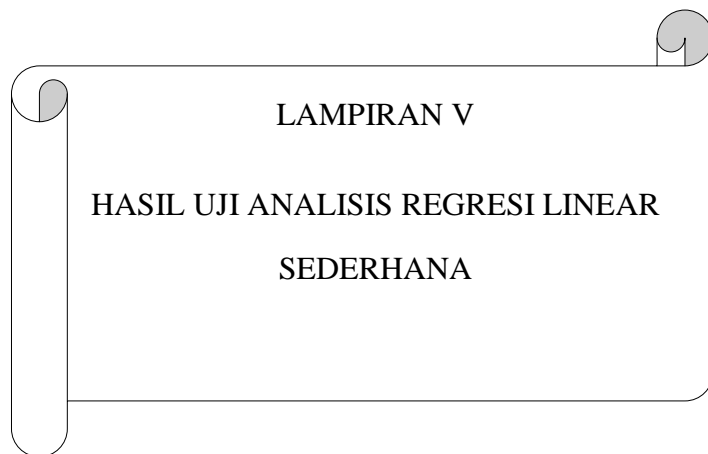
Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalis



Uji Probability Plot





LAMPIRAN V
HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINEAR
SEDERHANA

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Corporate Social Responsibility ^b		Enter

a. Dependent Variable: Citra perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 ^a	.108	.090	3.913

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Citra perusahaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.405	1	89.405	5.838	.020 ^b
	Residual	735.095	48	15.314		
	Total	824.500	49			

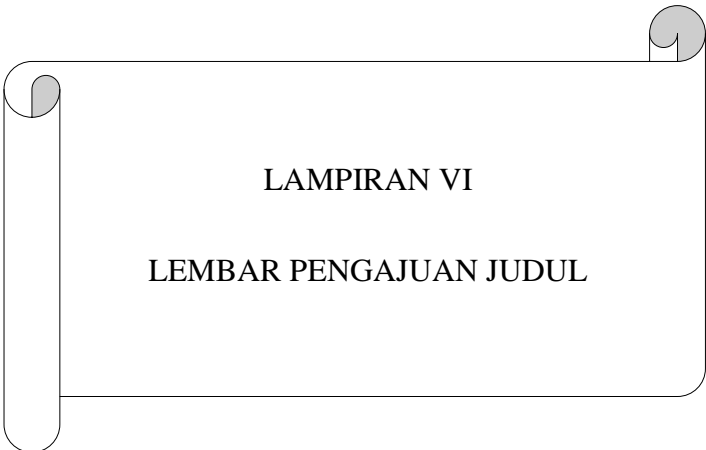
a. Dependent Variable: Citra perusahaan

b. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.858	8.148		2.805	.007
	Corporate Social Responsibility	.454	.188	.329	2.416	.020

a. Dependent Variable: Citra perusahaan



LAMPIRAN VI
LEMBAR PENGAJUAN JUDUL



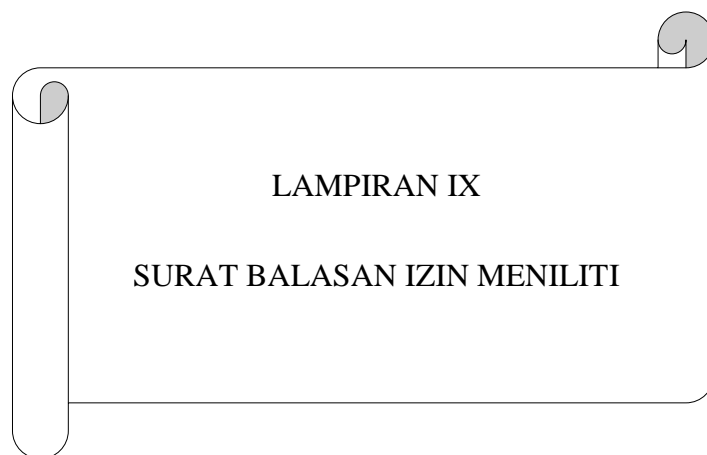
LAMPIRAN VII

KASTU KONSULTASI SKRIPSI



LAMPIRAN VIII

SURAT IZIN MENELITIAN



LAMPIRAN IX

SURAT BALASAN IZIN MENILITI



LAMPIRAN X
DOKUMENTASI



LAMPIRAN XI
RIWAYAT HIDUP

Dokumentasi

Pembagian Kuesioner pada Masyarakat Desa Sarjo





Area Kantor tambak udang PT Manakara Sakti Abadi



Area operasi tambak udang PT. Manakara Sakti Abadi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Eri Iqsan
Tempat Tanggal Lahir : Lanta, 04 Juni 1998
NIM : 17.3.12.0122
Alamat Rumah : Jl. Trans Sulawesi Desa Sarude Kec. Sarjo
Nomor Telepon/Wa : 082271251425
Email : eriiqsan4@gmail.com
Nama Ayah : Alimin
Nama Ibu : Nursiah

B. Riwayat Pendidikan

SD, Tahun Lulus : SDN 006 Balabonda, 2010
SMP, Tahun Lulus : SMPN 01 Sarjo, 2013
SMA, Tahun Lulus : MAN Donggala, 2016

Palu, 12 Juni M
23 Dzulkaidah 1444 H

Eri Iqsan
NIM : 17.3.12.0122

