

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PT. ASIA MENARA PERKASA, LAMPUNG)

Agesta Prasetyo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Email: agestaprasetyo00@gmail.com

Abstract

This study aims to find out how the influence of CSR on the company. The author uses an empirical study with descriptive and verification methods. The population of this research is all employees who work at PT. Asia The mighty tower. The sample of this research is part of the population at PT Asia Menara Perkasa. Determining the size of the sample requires at least 5 times the indicator, the author gets 10 indicators. From the calculation of the number of samples or respondents in the research, there were 30 people. This research uses a quantitative method. The conclusion of this research shows that the perception of CSR social aspects, perceptions of CSR economic aspects, perceptions of CSR environmental aspects and places have a positive effect on corporate image. Expected at PT. Asia Menara Perkasa can maintain their respective CSR Environmental Aspects Perceptions in order to maintain the Company's Image of PT. Asia the Mighty Tower.

Keywords: corporate social responsibility (CSR), company image, covid-19.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mencari tahu bagaimana Pengaruh CSR pada perusahaan. Penulis menggunakan studi empiris dengan metode deskriptif dan metode verifikatif. Populasi riset ini ialah seluruh karyawan yang bekerja di PT. Asia Menara perkasa. Sample riset ini ialah Sebagian dari populasi di PT Asia Menara Perkasa. Penentuan besarnya sample membutuhkan paling sedikit 5 kali dari indikator, penulis memperoleh 10 indikator. Dari perhitungan banyaknya sample atau responden pada riset ada 30 orang. Riset ini memakai metode kuantitatif. Kesimpulan dari riset ini menunjukkan bahwa Persepsi Aspek Sosial CSR, Persepsi Aspek Ekonomi CSR, Persepsi Aspek Lingkungan CSR dan Tempat berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan. Diharapkan pada PT. Asia Menara Perkasa dapat mempertahankan Persepsi Aspek Lingkungan CSR masing-masing agar mempertahankan Citra Perusahaan terhadap PT. Asia Menara Perkasa.

Kata Kunci: corporate social responsibility (CSR), citra perusahaan, covid-19.

PENDAHULUAN

Citra adalah nama baik yang dijaga suatu perusahaan yang menjadi tujuannya. Citra adalah asset penting pada perusahaan. Penilaian citra perusahaan berasal dari konsumen yang telah memakai produk perusahaan. Nilai yang diberikan menjadi acuan perusahaan dalam melihat kualitas produk yang telah dihasilkan. Citra perusahaan merupakan ekspresi yang ingin disampaikan orang lain dalam memberikan penilaian. Citra ini didapat dari aspek pengetahuan dan pengalaman (Ardianto, 2011:62). Saat perusahaan mendapatkan citra baik

dari konsumen berarti perusahaan memiliki tabungan rasa kepercayaan. Ruslan berpendapat (2016:39) perusahaan yang sukses ialah yang mampu memanfaatkan citra secara maksimal. Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi tumpuan dalam mengatur kontak social pada lingkungan, seperti membantu warga dan peduli lingkungan, menyediakan beasiswa pendidikan, merehab fasilitas umum, berpartisipasi dalam pembangunan desa pada masyarakat yang bekerja di perusahaan itu.

Upaya CSR menjadi alat menarik masyarakat dalam memberikan citra yang bagus (Tamara dan Sunarto, 2017). Sudah satu tahun lebih kita melewati hari-hari dan berjuang di tengah pandemi, saat ini virus yang berbahaya yaitu Covid-19 yang berasal dari China, dan semua pihak berjuang untuk saling bahu membahu dalam mempertahankan kehidupan masyarakat, dan pandemic covid-19 sangat berpengaruh mengalami penurunan bagi ekonomi, pendidikan, UMKM, dan kehidupan sosial maupun budaya. Oleh karena itu, perusahaan bukan lagi mengurus hal terkait single bottom line (SBL) atau nilai perusahaan (corporate value) pada segi ekonomi. Tapi model piramida CSR ialah hal pokok yang harus dimengerti. CSR memiliki istilah triple bottom lines (TBL) yakni ada 3 hal yang menjadi urgensinya antara lain ekonomi, social, dan lingkungan biasa disebut 3P yaitu profit, people dan planet. Profit, mencari laba demi menghidupkan dan mengembangkan perusahaan. People, selalu memperhatikan hak hak manusia. Planet, menjaga lingkungan saat menjalankan perusahaan.

Menjalin hubungan pada masyarakat menggunakan sistes CSR adalah cara terbaik dari perusahaan, dari sini muncul citra baik perusahaan (Risa dkk, 2011). CSR dikembangkan dengan cara membantu msayrakat yang membutuhkan, meberikan dana beasiswa, menyelayenggarakan Pendidikan serta kesehata, hinga merencanakan dan membuat sebagai skema perlindungan bagi masyarakat sekitar perusahaan. Dengan terjadinya musibah seperti wabah virus covid 19, CSR sangatlah dibutuhkan oleh masyarakat sekitar perusahaan, dikarenakan kondisi seperti ini banyak sekali masyarakat yang berdampak akibat virus yang mewabah ini. Dengan bantuan seperti adanya UMKM yang yang diberikan kepada perusahaan karena adanya CSR, masyarakat sangat aktif dan lebih untuk bisa survive dan berinovasi yang berdampak positif untuk membentuk sebuah citra yang baik bagi perusahaan. Terdapat beberapa program CSR yang diselenggarakan oleh PT. Asia Menara Perkasa, yaitu kontribusi untuk mendukung aspek ekonomi, aspek sosial, aspek lingkungan seperti memperbaiki jalan yang rusak, memberikan bantuan dalam bentuk materi maupun non materi, membagikan masker dan handsanitizer pada masa pandemic Covid 19 serta memberdayakan masyarakat sekitar untuk dapat bekerja di PT. Asia Menara Perkasa sebagai pemberian lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar yang berdapak pandemic Covid-19.

Dengan adanya tanggung jawab perusahaan maka persepsi dari aspek aspek itu akan muncul di pandangan masyarakat di sekitar perusahaan. Terdapat penelitian relevan dari Wijaya dkk (2015), Amelia dan Nurtjahjani (2017), Aryawan dkk (2017) Kartikasari dkk (2017), riset mereka membuktikan adanya pengarus CSR pada suatu perusahaan dalam menaikan citra perusahaan.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Pengaruh aspek sosial CSR secara parsial terhadap citra perusahaan.
2. Pengaruh aspek ekonomi CSR secara parsial terhadap citra perusahaan.
3. Pengaruh aspek lingkungan CSR secara parsial terhadap citra perusahaan.
4. Pengaruh aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan corporate social
5. responsibility (CSR) secara simultan terhadap citra perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Citra Perusahaan

Soemirat dan Ardianto berpendapat (2014:111:112) makna citra ialah kesan yang akan diungkapkan seseorang Ketika melihat kinerja dan manfaat dari berdirinya suatu perusahaan sangatlah penting dalam menjaga marawh citra perusahaan. Jefkins dalam Wijaya dkk (2015) berpendapat citra ialah kometar utuh yang dilontarkan pelanggan dalam menilai suatu perusahaan.

Pengertian CSR

Menurut Hadi (2011:48) CSR ialah pemikiran perusahaan dalam memephrhatikan perkonomian karyawan dan orang-orang yang hidup diligkungan perusahaan. CSR menurut Effendi (2009:7) ialah bentuk komitmen perusahaan dalam menyediakan payung ekonomi pada karywan dan masyarakat sekitar.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode deskriptif dan metode verifikatif ialah desain dari riset ini, sebab pentingnya variable yang akan masuk penelitian dan akan ditampilkan hasilnya berdasarkan fakta yang ditemukan.

Populasi dan Sampel

Populasi disebut kelompok atau golongan biasanya didalamnya ada kumpulan seseorang, benda, maupun peristiwa (Kuncoro, 2013 :103). Adapun yang menjadi populasinya ialah karyawan PT Asia Menara perkasa dan masyarakat sekitar yang berdampak dengan adanya CSR. Jumlah populasi tersebut belum diketahui secara pasti. Sample riset merupakan sebagian dari populasi yakni karayawan perusahaan (Kuncoro,2013:118). Penentuan besarnya sample membutuhkan paling sedikit 5 indikator, ada 10 Indikator riset ini. Maka dari itu jumlah total sampel riset ini ada 30 orang.

Analisis Data Kualitatif

Analisis kualitatif ialah pemaparan data data riset berdasar pada teori. Agar data lebih mudah dipahami, diberikan distribusi frekuensi, histogram, modus, median, harga rata-rata, dan standar deviasi semua variabel (standar deviasi).

Analisis Data Kuantitatif

Data yang dapat diukur atau dikuantifikasi dapat digunakan dalam analisis kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur kepentingan relatif dari berbagai variabel. Untuk mempermudah analisis data, penelitian ini menggunakan software SPSS 23 yang melakukan perhitungan statistik.

Analisis Data

Analisis Data Kuantitatif

Regresi Linier Berganda

Tabel Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.390	4.535		1.630	.115
	Persepsi Aspek Sosial CSR	.428	.160	.164	2.795	.034
	Persepsi Aspek Ekonomi CSR	-.348	.161	-.261	-3.297	.029
	Persepsi Aspek Lingkungan CSR	.589	.151	.611	3.897	.001

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber: Data Diolah SPSS23, 2022

Interpretasi

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

$$Y = 7,390 + 0,428X_1 - 0,348X_2 + 0,589X_3 + 0,410X_4 + e_i$$

Interpretasi:

- Nilai Konstanta (a) sebesar 7,390 bila tidak melihat Persepsi Aspek Sosial CSR dan Persepsi Aspek Ekonomi CSR kerja maka Citra Perusahaan hanya sebesar 7,390.
- Koefesien regresi X_1 sebesar 0,428. Demikian menjadi kontribusi Persepsi Aspek Sosial CSR pada Citra Perusahaan sebesar 0,428, atau apabila Persepsi Aspek Sosial CSR naik dengan catatan variable lain tetap, maka Citra Perusahaan menjadi naik. Jika Persepsi Aspek Sosial CSR (X_1) ditingkatkan 1% dengan anggapan Persepsi Aspek Ekonomi CSR (X_2) dan Persepsi Aspek Lingkungan CSR (X_3) dianggap tetap, maka Citra Perusahaan akan meningkat sebesar 4,28%.
- Koefesien regresi X_2 sebesar -0,348. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi Persepsi Aspek Ekonomi CSR terhadap Citra Perusahaan sebesar -0,348, atau apabila Persepsi Aspek Ekonomi CSR naik dengan catatan variable lain tetap, maka Citra Perusahaan naik. Jika Persepsi Aspek Ekonomi CSR (X_2) ditingkatkan 1% dengan anggapan Persepsi Aspek Sosial CSR (X_1) dan Persepsi Aspek Lingkungan CSR (X_3) dianggap tetap, maka Citra Perusahaan akan menurunkan sebesar 3,48%.

- d. Koefisien regresi X_3 sebesar 0,589. Ada kontribusi Persepsi Aspek Lingkungan CSR terhadap Citra Perusahaan sebesar 0,589, atau apabila Persepsi Aspek Lingkungan CSR naik dengan catatan variable sama, maka Citra Perusahaan akan mengalami peningkatan. Jika Persepsi Aspek Lingkungan CSR (X_3) ditingkatkan 1% dengan anggapan Persepsi Aspek Sosial CSR (X_1) dan Persepsi Aspek Ekonomi CSR (X_2) dianggap tetap, maka Citra Perusahaan akan meningkat sebesar 5,89%
- e. Dari data diatas bahwa nilai koefisien regresi Persepsi Aspek Lingkungan CSR (X_3) lebih besar daripada koefisien Persepsi Aspek Sosial CSR (X_1) dan Persepsi Aspek Ekonomi CSR (X_2). Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variable Persepsi Aspek Lingkungan CSR lebih tinggi atau dominan dibandingkan dengan Persepsi Aspek Sosial CSR dan Persepsi Aspek Ekonomi CSR dalam meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Asia Menara Perkasa.

KoefisienDeterminasi

Tabel Koefisien Determinasi				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.610 ^a	.572	.299	1.650
a. Predictors: (Constant), Persepsi Aspek Lingkungan CSR, Persepsi Aspek Ekonomi CSR, Persepsi Aspek Sosial CSR				

Sumber: Data Diolah dengan SPSS23, 2022

Table tersebut menunjukkan pengaruh yang erat pada variabel Persepsi Aspek Sosial CSR, Persepsi Aspek Ekonomi CSR dan Persepsi Aspek Lingkungan CSR terhadap Citra Perusahaan. Hasil perhitungan diperoleh $R = 0,610$ dan koefisien determinasi sebesar $R^2 = 0,572$ atau 57,2%. Besarnya koefisien determinasi, bermaksud ada besaran pada variabel Citra Perusahaan 57,2% dipengaruhi oleh Persepsi Aspek Sosial CSR, Persepsi Aspek Ekonomi CSR, dan Persepsi Aspek Lingkungan CSR sisanya 42,8% disebabkan factor lain.

PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t

Uji ini dilaksanakan parsial dalam mendapat pengaruh dari variable bebas dan terikat, apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka dugaan akan diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t						
Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.390	4.535		1.630	.115
	Persepsi Aspek Sosial CSR	.428	.160	.164	2.795	.034
	Persepsi Aspek Ekonomi CSR	-.348	.161	-.261	-3.297	.029
	Persepsi Aspek Lingkungan CSR	.589	.151	.611	3.897	.001
a. Dependent Variable: Citra Perusahaan						
Sumber: Data Diolah SPSS23, 2022						
Uji Hipotesis Anova atau Uji F						
Tabel Uji Hipotesis Secara Simultan atau Uji F						
ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.908	3	13.969	5.133	.006 ^a
	Residual	70.759	26	2.722		
	Total	112.667	29			
a. Predictors: (Constant), Persepsi Aspek Lingkungan CSR, Persepsi Aspek Ekonomi CSR, Persepsi Aspek Sosial CSR						
b. Dependent Variable: Citra Perusahaan						

Sumber: Data Diolah SPSS23, 2022

Karena probabilitas secara substansial lebih kecil dari 0,05 maka persepsi CSR segi Sosial, CSR segi Ekonomi, dan CSR Aspek Lingkungan dengan bersama berdampak pada Citra Perusahaan, artinya H_0 ditolak H_a diterima. Hipotesis ketiga, “Persepsi CSR Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan berpengaruh besar terhadap Citra Perusahaan pada PT. Asia Mighty Tower” dapat diterima.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari penelitian yang telah diselesaikan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Persepsi Aspek Sosial CSR sangat berdampak pada Citra Perusahaan Pada PT. Asia Menara Perkasa.
2. Persepsi Aspek Ekonomi CSR sangat berdampak pada Citra Perusahaan Pada PT. Asia Menara Perkasa.
3. Persepsi Aspek Lingkungan CSR sangat berdampak pada Citra Perusahaan Pada PT. Asia Menara Perkasa.

4. Persepsi Aspek Sosial CSR, Persepsi Aspek Ekonomi CSR dan Persepsi Aspek Lingkungan CSR bersamaan sangat berdampak pada Citra Perusahaan Pada PT. Asia Menara Perkasa.

Saran

Penulis berkontribusi dalam menyampaikan sarannya:

1. Diharapkan pada PT. Asia Menara Perkasa memperhatikan Persepsi Aspek Sosial CSR untuk meningkatkan Citra perusahaan PT. Asia Menara Perkasa
2. Dalam menjaga kestabilan Persepsi Aspek Ekonomi CSR diharapkan PT. Asia Menara Perkasa melihat masyarakat dari ekonomi kebawah sehingga dapat mempertahankan Citra Perusahaan pada PT. Asia Menara Perkasa.
3. Diharapkan pada PT. Asia Menara Perkasa dapat mempertahankan Persepsi Aspek Lingkungan CSR masing-masing agar mempertahankan Citra Perusahaan terhadap PT. Asia Menara Perkasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Mira dan Fullchis Nurtjahjani. 2017. Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT Duta Putri Bersaudara Purwosari Kabupaten Pasuruan. Jurnal Aplikasi Bisnis, Vol. 3(1): 129-134.
- Apriliawati, Fitria dan Wiwit Hariyanto. 2016. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebelum dan Sesudah Diberlakukannya UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. Prosiding Seminar Nasional Indocompac di Universitas Bakrie, Jakarta. 2-3 Mei 2016.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. Handbook of Public Relation. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryawan, M., Rahyuda, I.K., dan Ekawati, N.W. 2017. Pengaruh Faktor Corporate Social Responsibility (Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan) Terhadap Citra Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6(2): 604-633.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2013. Dasar-dasar Ekonometrika. Edisi Kelima. Diterjemahkan oleh Mangunsong, R.C. Jakarta: Salemba Empat.

-
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harrison, Shirley. 2017. Marketers Guide to Public Relations. New York: John Willwy and Sons, Inc.
- Hartono, Jogyanto. 2010. Metodologi Penelitian Bisnis. Edisi 6. Yogyakarta: BPFE.
- Maulida, Y. A., & Habiburahman, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Umkm Keripik Sumber Rezeki). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 303-314.
- Nuruzzaman, M., & Arifin, M. (2008). EVALUASI ATAS AKUNTANSI PIUTANG DAN KAITANNYA ATAS PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN Studi kasus pada PT. Sinar Sosro. *Jurnal Ilmiah Kesatuan Nomor*, 10(69), 1.
- Pratama, F. A. (2015). Sistem Pencatatan Piutang Dagang Melalui Gross Methode Pada UD. Duta Air Mancur Cirebon. *Jurnal Kompak (Komputer Akuntansi)*, 11(2).
- Parinussa, K. R., & Dunan, H. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Hubungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Saat Pandemi Covid 19 (Studi Pada Telkomsel Bandar Lampung). *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), 315-326.
- Rauf, S., Hasjad, H., & Guntur, S. (2022). Efektifitas Peran Lembaga Perlindungan Saksi Dan Korban (Lpsk) Dalam Melindungi Saksi Tindak Pidana Gratifikasi. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(3), 203-218.
- Roring, S. L. (2013). Analisis Sistem dan Prosedur Pencatatan Piutang untuk Perencanaan dan Pengendalian pada PT. Amanah Finance Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Rustantono, H. (2021). Strategi Peningkatan Ukm Industri Sanitairud. Darmo Putro Untuk Kelangsungan Usaha Di Kota Malang. *Jurnal Education And Development*, 9(4), 132-136.
- Sondakh, PR, Karamoy, H., & Afandi, D. (2017). Analisis Sistem Pencatatan Piutang Sparepart Pada Pt. Sinar Galesong Prima. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 12 (2).
- Zayd, B. B. F., & Habiburahman, H. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Aya Pujian Pratama Pada Masa Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(4), 293-302.