

## ***Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) to the Image of a Company in Bengkayang Regency***

**Th. Candra Wasis, \*Revi Sesario, Dody Radiansah**

*Jurusan Teknologi Pertanian, Politeknik Negeri Pontianak, Indonesia*

*Jalan Ahmad Yani Pontianak 78124*

*Email koresponden: \*revi.sesario@gmail.com*

**Abstract:** *The applied research entitled "Application of Corporate Social Responsibility (CSR) to Company Image in Bengkayang Regency" aims to analyze the dynamics of implementing the CSR program since the enactment of Government Regulation number 47 of 2012 to December 2020. This research consists of the stages of preparation, survey implementation, tabulation and data analysis as well as analysis and reporting of research results. This research has the basic principles of research through observation and literature study related to the implementation of CSR in plantation companies. The research method uses multiple linear regression analysis. The results showed that the magnitude of the influence of the Environment Support, Community Support and Employee Support variables on Company Image was 61.8%, while the remaining 38.2% was influenced by other factors outside the model researched. Simultaneously and partially all independent variables have an effect on corporate image. Efforts to increase the CSR program are the company's identity and a form of concern for the community.*

**Keywords:** *Environment, Community, Employee, Corporate Image*

**Abstrak:** Penelitian terapan yang berjudul "Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Citra Perusahaan di Kabupaten Bengkayang" bertujuan untuk menganalisis dinamika penerapan program CSR sejak berlakunya Peraturan Pemerintah nomor 47 tahun 2012 sampai bulan Desember 2020. Penelitian ini terdiri dari tahapan persiapan, pelaksanaan survei, tabulasi dan analisis data serta analisis dan pelaporan hasil penelitian. Penelitian ini memiliki prinsip dasar riset melalui observasi dan studi pustaka berkaitan dengan penerapan CSR di perusahaan perkebunan. Metode penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel *Environment Support, Community Support* dan *Employee Support* terhadap Citra Perusahaan sebesar 61,8% sedangkan sisanya yakni sebesar 38,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang diteliti. Secara Simultan dan Parsial semua variabel independen berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. Usaha peningkatan program CSR adalah jati diri perusahaan dan bentuk kepedulian kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** lingkungan, masyarakat, pekerja, Citra Perusahaan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) di Indonesia diatur dalam pasal 74 Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Perseroan Terbatas. Setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan serta menjadi kewajiban yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Kewajiban CSR dilaksanakan baik di dalam maupun di luar lingkungan Perseroan.

Wibisono (2007) menjabarkan bahwa CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. CSR merupakan bagian yang tak terpisahkan dari *Good Corporate Governance* karena menerapkan prinsip pengelolaan yaitu: transparansi informasi, akuntabilitas, pertanggung jawaban kemandirian perusahaan dan kesetaraan serta kewajaran sikap perusahaan. Penerapan prinsip ini diharapkan mampu menyadarkan perusahaan akan pentingnya menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

Pada umumnya perusahaan melaksanakan CSR berbentuk pengelolaan lingkungan kerja, kemitraan, program *community development*, penanganan kelestarian lingkungan, dan investasi sosial (kegiatan amal perusahaan). Perusahaan yang menerapkan program CSR dapat dalam berbagai bentuk bantuan seperti modal, pembangunan prasarana pemasaran dan/atau transportasi, pendampingan penguatan kelembagaan pemberdayaan ekonomi masyarakat serta kemitraan usaha. CSR menjadi bagian strategi dan pertimbangan kebijakan perusahaan dalam mengelola kegiatan operasional perusahaan.

Hasil penelitian Vegawati *et al.* (2015) menyatakan bahwa CSR dengan variabel *environment* (X1), *community support* (X2), *diversity* (X3), *employee support* (X4), *product* (X5), dan *non teritorial operations* (X6) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. Harni & Azis (2018) menyatakan bahwa variabel CSR meliputi *triple bottom line* (*people, planet, profit*) berpengaruh secara positif terhadap citra perusahaan (*personality, reputation, value* dan *corporate identity*).

CSR dapat diterapkan secara internal dan eksternal supaya kegiatan bisnis berjalan sebaik-baiknya. Program tersebut dapat menunjang kegiatan bisnis perusahaan dan meningkatkan citra baik perusahaan. Bagaimanakah pengaruh penerapan CSR terhadap citra perusahaan sangat penting untuk diketahui terutama di daerah Kabupaten Bengkayang.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif (Sugiyono, 2013). Penelitian dilaksanakan di desa Karimunting Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang. Tujuan penelitian yaitu menganalisis pengaruh program CSR terhadap citra perusahaan. Sampel penelitian secara *purposive* sampling pada populasi terdampak program CSR sebanyak 41 responden.

Data diambil menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Kuesioner yang digunakan dianalisis terlebih dahulu dengan uji validitas dan realibilitas sesuai metode statistik. Setelah data kuisisioner terkumpul dilanjutkan dengan uji Asumsi Klasik untuk mendapatkan model regresi linear berganda yang baik. Uji tersebut meliputi Normalitas, Linearitas, Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas.

Setelah semua persyaratan uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda. Inferensi model regresi untuk mendapatkan nilai *Koefisien determinasi* ( $R^2$ ), uji signifikansi simultan (uji F) dan uji signifikansi individual (Uji t). Perhitungan statistik dengan bantuan program *SPSS for windows 25*.

## HASIL

Data analisis kuesioner pada Tabel 1 pada penelitian dinyatakan valid dengan

membandingkan nilai Sig. 2-tailed < 0,05 dan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

**Tabel 1. Validitas dan Reliabilitas**

Model	Validitas	Reliabilitas
Environment	0,000	0,821
Community	0,000	0,784
Employee	0,000	0,659
CSR	0,000	0,908

Setelah data kuesioner dianalisis selanjutnya dilakukan model uji asumsi klasik, pada Tabel 2 diperoleh hasil bahwa semua model asumsi terpenuhi untuk dilakukan pengujian regresi linear berganda.

**Tabel 2. Uji Asumsi Klasik**

Model	Metode	Hasil
Normalitas	Kolmogorov-Smirnov Test	Sig > 0,05
Linearitas	Linearity Test	Sig < 0,05
Multikolinearitas	Statistics VIF	VIF 1-10
Heterokedastisitas	Glejser Test	Sig > 0,05

**Tabel 3. Model Summary**

R	R Square	Adjusted R Square
.786 <sup>a</sup>	.618	.587

Pada Tabel 4 *Anova* dan Tabel 5 *Coefficients* diketahui secara simultan dan parsial semua variabel independen berpengaruh terhadap Citra Perusahaan dengan melihat perbandingan nilai Sig < 0,05.

**Tabel 4. Anova**

Model	F	Sig
Regression	19.932	.000 <sup>b</sup>

**Tabel 5. Coefficients**

Model	t	Sig
Environment Support (X1)	7.003	.000
Community Support (X2)	3.668	.001
Employee Support (X3)	3.065	.004

Pada Tabel 3 *Model Summary* diketahui bahwa besarnya pengaruh variabel *Environment Support* (X1), *Community Support* (X2) dan *Employee Support* (X3) terhadap Citra Perusahaan (Y) sebesar 0.618

atau 61,8% sedangkan sisanya yakni sebesar 38,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang diteliti.

## PEMBAHASAN

Bagi perusahaan citra diartikan sebagai wujud dari hasil penilaian baik dan buruk (kesan) atau persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan (Khan *et al*, 2013). Oleh karena itu, citra perusahaan terbentuk oleh persepsi masyarakat disebabkan pengetahuan, kinerja secara keseluruhan atau berdasarkan proses tahap demi tahap pembentukan citra.

CSR perusahaan merupakan konsep penting bagi perusahaan dalam beroperasi untuk selalu berhubungan dengan masyarakat dan *stakeholder* lainnya terutama terhadap lingkungan (Amare, 2019). *Environment Support* harus sangat diperhatikan karena perusahaan tidak dapat dipisahkan dari lingkungan sekitar. Dampak lingkungan biasanya menjadi problem utama dalam aktivitas sebuah pabrik yang terkesan tidak ramah terhadap alam sekitar (limbah padat dan cair) terutama di perkebunan kelapa sawit.

Aktivitas CSR diketahui berperan dalam menentukan citra atau jati diri perusahaan dengan semakin banyaknya *benefit* yang diberikan kepada masyarakat (Feng *et al*, 2019). Dukungan dari komunitas dan pekerja sangat diperlukan untuk memberikan dampak terhadap program internal CSR di perusahaan.

Hubungan antara aktivitas CSR dan reputasi perusahaan, Guzman *et al* (2017) menyimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki program aktivitas dan tindakan CSR yang tinggi, biasanya memiliki tingkat reputasi perusahaan yang tinggi daripada perusahaan yang tidak melakukannya sama sekali. Penting diketahui adanya dukungan perusahaan terhadap *Community Support* dan *Employee Support* sangat diperlukan untuk menciptakan

hubungan yang saling menguntungkan dalam meningkatkan citra perusahaan.

Menurut Dapi & Phiri (2013), pihak korporasi perlu mengambil pendekatan yang lebih proaktif daripada reaktif terhadap masyarakat dan isu yang berkaitan dengan lingkungan. Perusahaan perlu lebih transparan tentang program CSR kepada masyarakat yang mengarah pada peningkatan keterlibatan pemangku kepentingan. *Community Support* dapat meningkat dengan adanya komunikasi yang baik antara perusahaan perkebunan dengan masyarakat yang menjadi bagian dari lingkungan perusahaan tersebut.

Proses komunikasi antara pihak perusahaan dan masyarakat sekitar perlu ditingkatkan untuk menciptakan iklim organisasi yang baik. Saluran informasi terhadap keterkaitan program kerja melalui saluran horizontal (lateral) antar kelompok organisasi untuk mempermudah koordinasi terhadap kebijakan perusahaan (Sabardi, 2008).

Peran dari *Employee Support* terhadap perusahaan sangat diperlukan untuk menciptakan hubungan kinerja yang optimal sebagai penghubung program berkelanjutan di perusahaan perkebunan kelapa sawit. Menurut Luthans (2006), program penghargaan termasuk dalam kompensasi manajemen yang memiliki korelasi kuat antara kinerja dengan benefit yang diperoleh pekerja tersebut. CSR perusahaan dapat digunakan melalui program pengembangan karyawan khususnya di perusahaan perkebunan kelapa sawit.

Keyakinan atau kepercayaan adalah faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis (masyarakat), selain itu juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi (Nurjanah & Mulazid, 2018). CSR diketahui sebagai hubungan yang tidak terpisahkan antara perusahaan dan masyarakat,

perlu adanya rasa percaya dan ikatan yang saling membangun sebagai jati diri dan citra yang akan berkontribusi positif terhadap kinerja organisasi.

Problematika di perkebunan kelapa sawit selalu berkaitan dengan dimensi sosial ketenagakerjaan yang membuat aktivitas perusahaan terhambat. Respon ketidakpuasan masyarakat terjadi karena adanya konflik kepentingan, tidak terpenuhinya tuntutan-tuntutan sosial dan ekonomi. Konflik merupakan kejadian alamiah dalam semua kelompok organisasi sehingga perlu adanya pengelolaan yang baik yang terintegrasi (Robbins & Judge, 2008).

Konsep integrasi vertikal sistem agribisnis kelapa sawit merupakan keterpaduan semua pihak terkait dalam perusahaan dan masyarakat (Pahan, 2011). Hadirnya program-program CSR dapat dikolaborasikan dengan program pengabdian pada masyarakat pada institusi pendidikan tinggi dan terjadwal dengan baik setiap tahun yang diharapkan dapat memenuhi sebagian besar tuntutan tersebut dalam aspek transfer teknologi atau ilmu pengetahuan.

Kondisi Covid-19 pada saat ini memang memberikan dampak terhadap perekonomian sehingga mempengaruhi aktivitas perusahaan kelapa sawit khususnya di daerah Kabupaten Bengkayang. Hadirnya program CSR perusahaan saat ini sangat diperlukan masyarakat baik dari segi kesehatan dan pendidikan. Dukungan terhadap komunitas masyarakat diperlukan untuk menciptakan wirausaha baru dengan program pengembangan kewirausahaan yang berbasis industri kelapa sawit.

Peran pemerintah daerah Kabupaten Bengkayang sangat diperlukan untuk mengawal setiap kebijakan dan dinamika sosial yang terjadi di masyarakat sekitar kebun di

lokasi perusahaan beraktivitas. CSR akan berdampak luas didukung dengan adanya legitimasi dan komunikasi yang baik antar lembaga pemerintah perusahaan dan masyarakat (Michaels & Gruning, 2018). Peran perusahaan sebagai penyokong dan pendorong aktivitas perekonomian daerah harus diberikan apresiasi dan *reward* khusus bagi yang menjalankan program CSR dengan baik.

## PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel *Environment Support*, *Community Support* dan *Employee Support* terhadap Citra Perusahaan sebesar 61,8%, secara simultan dan parsial semua variabel independen berpengaruh terhadap citra perusahaan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Pontianak, masyarakat Desa Karimunting dan Pemerintah Daerah Kecamatan Sungai Raya Kepulauan Kabupaten Bengkayang yang telah memberikan bantuan yang sangat bermanfaat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amare, A. (2019). Corporate Environmental Responsibility In Ethiopia: A Case Study Of The Akaki River Basin. *Ecosystem Health and Sustainability*. 5(1): 57-66.
- Dapi, B. & Phiri, M.A. (2015). The Impact Of Corporate Social Responsibility On Brand Loyalty. *Journal Of Governance And Regulation*. 4(4): 8-16.
- Feng, Y., Yoon, Y. & He, Y. (2016). The Impact of Corporate Social Responsibility on Brand Value: An Empirical Study of Top 100 Global Brands. *International Journal of Business and Social Science*. 7(10): 61-71.
- Guzman, G.M., Castro, S.Y.P. & Morales, S.R. (2017). Corporate Social Responsibility, Brand Image and Firm Reputation in Mexican Small Business. *Journal of Management and Sustainability*. 7(3): 38-47.
- Harni D. & Azis E. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT. Bank Danamon Indonesia Tbk. *Jurnal Wacana Ekonomi*. 17(3): 10-18.
- Khan M., Majid, A., Yasir, M. & Arshad, M. (2013). Corporate social responsibility and corporate reputation: a case of cement industry in Pakistan. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*. 5(1): 843-857.
- Luthans, F. (2006). Perilaku Organisasi. Terjemahan Vivin Andhika Yuwono, Shekar Purwanti, Th. Arie Prabawati & Winong Rosari. Yogyakarta : ANDI.
- Michaels, A. & Gruning, M. (2018). The Impact of Corporate Identity on Corporate Social Responsibility Disclosure. *International Journal of Corporate Social Responsibility*. 3(3): 1-13.
- Nurjanah, R. & Mulazid, A.S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan. *Muqtasid*. 9(1): 40-53.
- Pahan, I. (2011). Panduan Lengkap Kelapa Sawit. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2008). Perilaku Organisasi. Terjemahan Diana Angelica. Jakarta : Salemba Empat.
- Sabardi, A. (2008). Manajemen Pengantar. Yogyakarta : STIM YKPN.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Vegawati S.M., Kumadji, S. & Fanani, D. (2015). Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survey Pada Warga Di Desa Sidodadi Kelurahan Kalirejo Kecamatan Lawang Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 20(1): 1-6.
- Wibisono Y. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT. Gramedia.