

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP CITRA PT. GUDANG GARAM, TBK”

Oleh:
Niken Safitri,¹⁾ Yusuf Risanto, SE²⁾,

Tujuan penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara simultan berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. 2) Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara parsial berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. 3) Untuk mengetahui variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang mempunyai pengaruh dominan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang terdapat disekitar PT. Gudang Garam, Tbk, dengan menggunakan teknik *judgmental sampling* maka dapat ditentukan sebanyak 100 sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Berdasarkan nilai *standardized coefficients beta* dapat diketahui bahwa variabel bentuk mempunyai pengaruh dominan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

¹ Mahasiswi Universitas Brawijaya Malang Program Studi Manajemen

² Dosen Universitas Brawijaya Malang Program Studi Manajemen

PENDAHULUAN

Keberadaan perusahaan dalam masyarakat dapat memberikan aspek yang positif dan negatif. Disatu sisi perusahaan menyediakan barang dan jasa yang diperlukan oleh masyarakat. Kegiatan industri juga telah mendorong pertumbuhan ekonomi bagi sebagian masyarakat dengan meningkatnya pendapatan sehingga mendapatkan kesempatan yang lebih besar terhadap pendidikan dan peningkatan standar kehidupan yang lebih baik. Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan memberi peluang kerja bagi masyarakat lokal. Terlepas dari jumlahnya, sebagian dari masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan mendapatkan kesempatan bekerja pada perusahaan tersebut. Namun di sisi lain tidak jarang masyarakat mendapatkan dampak buruk dari aktivitas bisnis perusahaan.

Apabila ditinjau dari segi bisnis *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat meningkatkan citra perusahaan (Saleh, 2010). Citra yang baik dari suatu perusahaan merupakan asset perusahaan, karena citra mempunyai dampak pada persepsi konsumen dan komunikasi yang telah dilakukan oleh perusahaan dalam berbagai hal. Citra merupakan tujuan utama yang sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh perusahaan. Wujud citra dirasakan oleh hasil penilaian baik dan buruk yang datang dari publik dan masyarakat pada umumnya. Penilaian tersebut timbul dari tanggapan masyarakat berkaitan dengan respek, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan dari perusahaan. Citra suatu perusahaan dapat berbeda antara satu orang dengan orang yang lain. Citra buruk akan melahirkan dampak negatif bagi perusahaan dan melemahkan kemampuan perusahaan dalam bersaing. Upaya peningkatan citra perusahaan salah satunya dilakukan dengan kebijakan atau penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

PT. Gudang Garam, Tbk merupakan salah perusahaan terbesar di Jawa Timur yang bergerak dalam bidang produksi rokok. Dalam aktivitasnya perusahaan selalu berupaya untuk menjaga citra perusahaan dengan selalu peduli dengan kondisi atau keadaan masyarakat disekitar. Upaya tersebut dilakukan untuk menjaga agar kelangsungan usaha dapat berjalan sesuai dengan harapan perusahaan. PT. Gudang Garam, Tbk selalu berupaya untuk melaksanakan Undang-Undang yang mengatur tentang CSR atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang terdapat pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 adalah Perseroan Terbatas yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

Bentuk kepedulian PT. Gudang Garam, Tbk terhadap masyarakat yang terdapat disekitar perusahaan yaitu mencakup ruang lingkup dalam bidang sumber daya manusia, upaya pemberdayaan masyarakat dan upaya menjaga kelestarian lingkungan hidup. Ketiga ruang lingkup tersebut telah dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk memberikan dukungan atas program kepedulian perusahaan yang telah ditetapkan. Bentuk nyata yang dapat dirasakan oleh masyarakat selama ini yaitu dengan adanya pembangunan

fasilitas penerangan jalan, pemberian kredit atau bantuan modal dan pemberian dana-dana kegiatan sosial masyarakat.

RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1) Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara simultan berpengaruh terhadap citra PT. Gudang Garam, Tbk ?
- 2) Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara parsial berpengaruh terhadap citra PT. Gudang Garam, Tbk ?
- 3) Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* apakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap citra PT. Gudang Garam, Tbk?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara simultan berpengaruh terhadap citra PT. Gudang Garam, Tbk.
- b. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara parsial berpengaruh terhadap citra PT. Gudang Garam, Tbk.
- c. Untuk mengetahui variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang mempunyai pengaruh dominan terhadap citra PT. Gudang Garam, Tbk.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah penelitian *survey*, dimana penelitian *survey* menurut Singarimbun (2006:3), penelitian *survey* adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan yang pokok. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat yang terdapat disekitar PT. Gudang Garam, Tbk. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *judgmental sampling* merupakan teknik *non probability sampling* yang memilih orang-orang yang terseleksi oleh peneliti berpengalaman berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang diketahui sebelumnya dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda digunakan untuk melakukan prediksi mengenai bagaimana variabel terikat bila nilai variabel bebas diturunkan atau dinaikkan dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Sejalan dengan tujuan penelitian dan rumusan hipotesis, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (*Multiple regression test*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini disajikan hasil statistik mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media, dengan hasil penelitian yang telah diolah komputer melalui program SPSS dengan analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) secara parsial dan simultan.

Tabel 1
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda
Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Upaya Untuk
Peningkatan Citra PT. Gudang Garam, Tbk

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.608	1.294		-2.788	.006		
	Motivasi	.191	.080	.141	2.384	.019	.980	1.024
	Ruang Lingkup	.320	.077	.285	4.173	.000	.961	1.065
	Bentuk	.851	.109	.546	7.795	.000	.958	1.073
	Media	.263	.076	.197	3.481	.001	.989	1.013

a. Dependent Variable: Citra PT. Gudang Garam, Tbk

Sumber: Data primer diolah

Perhitungan regresi linier berganda untuk memprediksi besarnya variabel terikat terhadap variabel bebas. Persamaan regresi yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Berdasarkan hasil analisis regresi, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -3,608 + 0,191 X_1 + 0,320X_2 + 0,851X_3 + 0,263X_4$$

Dari Tabel 1, maka secara parsial masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk (Y). Dengan koefisien sebagai berikut:

Dari persamaan garis regresi linier berganda, maka dapat diartikan bahwa:

a = -3,608 merupakan nilai konstanta, yaitu estimasi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk, jika variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media mempunyai nilai sama dengan nol.

b₁ = 0,191 merupakan slope atau koefisien arah variabel motivasi (X₁) yang mempengaruhi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk (Y), artinya variabel motivasi berpengaruh positif sebesar 0,191 terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk, jika variabel lainnya dianggap konstan. Dengan kata lain, semakin tinggi motivasi dalam hal ini mengenai memberikan bantuan secara langsung kepada masyarakat disekitar pabrik, melaksanakan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan

mendukung program pembangunan daerah yang ditetapkan oleh pemerintah maka semakin tinggi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

$b_2 = 0,320$ merupakan slope atau koefisien arah variabel ruang lingkup (X_2) yang mempengaruhi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk (Y), artinya variabel ruang lingkup berpengaruh positif sebesar 0,320 terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk, jika variabel lainnya dianggap konstan. Dengan kata lain, semakin tinggi ruang lingkup dalam hal ini mengenai ruang lingkup dalam bidang sumber daya manusia, dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan mengenai upaya menjaga kelestarian lingkungan hidup maka semakin tinggi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

$b_3 = 0,851$ merupakan slope atau koefisien arah variabel bentuk (X_3) yang mempengaruhi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk (Y), artinya variabel bentuk berpengaruh positif sebesar 0,851 terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk, jika variabel lainnya dianggap konstan. Dengan kata lain, semakin banyak bentuk dalam hal ini mengenai pembangunan fasilitas penerangan jalan, pemberian kredit atau bantuan modal dan pemberian dana-dana kegiatan sosial masyarakat maka semakin tinggi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

$b_4 = 0,263$ merupakan slope atau koefisien arah variabel media (X_4) yang mempengaruhi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk (Y), artinya variabel media berpengaruh positif sebesar 0,263 terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk, jika variabel lainnya dianggap konstan. Dengan kata lain, semakin banyak media yaitu mengenai pendirian suatu yayasan yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam, Tbk dalam memberikan bantuan kepada masyarakat, menjadi sponsor resmi dari kegiatan olah raga (*trail adventure*) dan bidang pendidikan PT. Gudang Garam, Tbk membuat program atau berbagai *event* pendidikan maka semakin tinggi upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah besar, hal tersebut dapat dilihat pada nilai Adj. R. Square (R^2) yaitu sebesar 0,720. Dengan demikian berarti bahwa model regresi yang digunakan mampu menjelaskan pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam sebesar 72%, sedangkan sisanya sebesar 28% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dari masing-masing variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media hasilnya menunjukkan bahwa adanya korelasi berganda (R) sebesar 0,855. Angka tersebut menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terkait.

Untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent* atau tidak berpengaruh maka digunakan uji F (*F-test*), dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{Tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) atau perbandingan nilai signifikan F . Apabila $F_{hitung} > F_{Tabel}$ atau nilai $Sig.F < 0,05$ berarti H_0 ditolak, sebaliknya $F_{hitung} < F_{Tabel}$ atau nilai $Sig.F > 0,05$ berarti H_0 diterima. Berdasarkan hasil analisis maka hasil uji F dapat disajikan pada Tabel 2

Tabel 2
Hasil Uji F

Hipotesis Alternatif (H_a)	F_{Tabel}	Keterangan
Terdapat pengaruh yang signifikan secara serentak dari variabel <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam (Y)	$F_{hitung} = 64,619$ $F_{Tabel} = 2,479$ $Sig. F = 0,000$	H_a diterima/ H_0 ditolak

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan $Df_1 = 4$ dan $Df_2 = 95$ pada alpha sebesar 5% diperoleh F_{Tabel} sebesar 2,479 sedangkan F_{hitung} nya diperoleh sebesar 64,619 sehingga dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{Tabel}$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara serentak variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam (Y).

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent*, yaitu variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media berpengaruh secara parsial terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, maka digunakan uji t (*t-test*) yaitu dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{Tabel} , sedangkan nilai t_{Tabel} pada alpha sebesar 5% dapat diperoleh angka sebesar 1,980 pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) atau perbandingan nilai signifikan t . Apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$ atau nilai $Sig.t < 0,05$ berarti H_0 ditolak, sebaliknya $t_{hitung} < t_{Tabel}$ atau nilai $Sig.t > 0,05$ berarti H_0 diterima. Di bawah disajikan hasil perbandingan antara nilai t_{hitung} dengan t .

Tabel 3
Perbandingan Antara Nilai t_{hitung} Dengan t_{Tabel}

Variabel	Nilai	Status
Variabel motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam	$t_{hitung} = 2,384$ Sig. $t = 0,019$ $t_{Tabel} = 1,980$	Signifikan
Variabel ruang lingkup berpengaruh secara signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam	$t_{hitung} = 4,173$ Sig. $t = 0,000$ $t_{Tabel} = 1,980$	Signifikan
Variabel bentuk berpengaruh secara signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam	$t_{hitung} = 7,795$ Sig. $t = 0,000$ $t_{Tabel} = 1,980$	Signifikan
Variabel media berpengaruh secara signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam	$t_{hitung} = 3,481$ Sig. $t = 0,001$ $t_{Tabel} = 1,980$	Signifikan

Sumber: Data primer diolah

Dari uraian hasil t_{hitung} dan t_{Tabel} di atas maka dapat diuraikan hasil analisis secara parsial yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel motivasi (X_1) terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,384, karena nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ($2,384 > 1,980$) maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel motivasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam.
2. Pengaruh variabel ruang lingkup (X_2) terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,173, karena nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ($4,173 > 1,980$) maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel ruang lingkup (X_2) berpengaruh signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam.
3. Pengaruh variabel bentuk (X_3) terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,795, karena nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ($7,795 > 1,980$) maka disimpulkan bahwa secara parsial variabel bentuk (X_3)

berpengaruh signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam.

4. Pengaruh variabel media (X_4) terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam (Y), dari hasil perhitungan parsial menunjukkan bahwa pada taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh nilai Tabel sebesar 1,980. Dengan pengujian statistik diperoleh nilai t hitung sebesar 3,481, karena nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ($3,481 > 1,980$) maka disimpulkan bahwa maka secara parsial variabel media (X_4) berpengaruh signifikan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam.

Adapun untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dapat diketahui dari hasil perbandingan koefisien regresi masing-masing variabel. Dengan menggunakan *standardized Coefficient Beta* mampu mengeliminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independent (bebas) yang terdiri dari variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media.

Tabel 4
Tabel *standardized Coefficient Beta*

Variabel	<i>Standardized Coefficient Beta</i>
Motivasi	0,141
Ruang lingkup	0,285
Bentuk	0,546
Media	0,197

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan hasil koefisien regresi (b) masing-masing variabel bentuk mempunyai pengaruh dominan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Hal tersebut dikarenakan koefisien regresi (*Standardized Coefficients Beta*) pada variabel tersebut mempunyai nilai terbesar jika dibandingkan dengan ketiga variabel yang lain.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat diketahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Adapun hasil pembahasan untuk masing-masing variabel dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat diuraikan sebagai berikut:

Pengaruh motivasi terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel motivasi terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Adanya pengaruh menunjukkan bahwa selama ini motivasi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR dalam hal ini yaitu dengan memberikan bantuan secara langsung kepada masyarakat disekitar pabrik, melaksanakan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan mendukung program pembangunan daerah yang ditetapkan oleh pemerintah dapat memberikan dukungan dalam upaya untuk meningkatkan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Dengan demikian semakin meningkatnya motivasi perusahaan maka secara

langsung akan meningkatkan dukungan peningkatan citra baik perusahaan kepada masyarakat.

Wibisono (2007:73) cara pandang perusahaan mengenai pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan karena adanya dorongan tulus dari dalam (*internal driven*). Dorongan ini merupakan bentuk upaya dari perusahaan dalam rangka untuk memberikan dukungan dalam perkembangan kondisi perekonomian masyarakat disekitar perusahaan. Perusahaan menyadari bahwa tanggung jawabnya tidak hanya sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit namun demi kelangsungan bisnisnya tetapi juga tanggungjawab sosial dan lingkungan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusdianto (2009), yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap citra perusahaan.

Pengaruh ruang lingkup terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel ruang lingkup terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dengan semakin luanya ruang lingkup kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam hal ini mengenai ruang lingkup dalam bidang sumber daya manusia, ruang lingkup dalam upaya pemberdayaan masyarakat dan ruang lingkungan mengenai upaya menjaga kelestarian lingkungan hidup maka dengan sendirinya upaya peningkatan citra perusahaan akan mengalami peningkatan.

Belkaoui (1993:436) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan merupakan kewajiban organisasi bisnis untuk mengambil bagian dalam kegiatan yang bertujuan untuk melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka diperlukan pemetaan CSR yang tepat yang salah satunya yaitu mengenai *envionment* yaitu meliputi aspek lingkungan dalam produksi, mencegah polusi selama proses produksi, mencegah atau memperbaiki kerusakan lingkungan akibat adanya proses sumber daya alam dan peremajaan sumber alam yang digunakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusdianto (2009), yang menyatakan bahwa ruang lingkup berpengaruh terhadap citra perusahaan.

Pengaruh bentuk terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel bentuk terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila perusahaan meningkatkan kegiatan secara nyata dalam kegiatan program CSR yang meliputi pembangunan fasilitas penerangan jalan, pemberian kredit atau bantuan modal dan pemberian dana-dana kegiatan sosial masyarakat maka citra perusahaan akan mengalami peningkatan.

Harahap (1997:198-200) menyatakan bahwa bentuk keterlibatan perusahaan tergantung pada lingkungan sosial, bentuk masyarakat, sifat dan keadaan yang berbeda dari masyarakat satu kemasayarakat yang lain. Bentuk kegiatan yang relevan dan dapat dilakukan oleh perusahaan dengan

menyesuaikan kondisi lingkungan masyarakat akan memberikan nilai tambah atau citra baik perusahaan di masyarakat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusdianto (2009), yang menyatakan bahwa bentuk berpengaruh terhadap citra perusahaan.

Pengaruh media terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk.

Hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel media terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa media yang digunakan untuk membentuk citra positif perusahaan dapat memberikan dampak positif dalam upaya untuk meningkatkan citra perusahaan. Jadi dengan demikian dapat dikatakan bahwa media yang digunakan PT. Gudang Garam, Tbk dalam hal ini mengenai pendirian suatu yayasan yang dilakukan oleh PT. Gudang Garam, Tbk dalam memberikan bantuan kepada masyarakat, menjadi sponsor resmi dari kegiatan olah raga (*trail adventure*) dan program bidang pendidikan PT. Gudang Garam, Tbk membuat program atau berbagai *event* pendidikan memberikan dukungan dalam upaya peningkatan citra perusahaan.

Penerapan CSR dalam mewujudkan kesejahteraan dan kelestarian lingkungan dapat melalui beberapa jalan. Sedangkan di Indonesia seperti yang diutarakan Saidi dan Abidin dalam Suharto (2007:106-109), bahwa ada sedikitnya empat model CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan yaitu keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bermitra dengan pihak lain dan mendukung bergabung dengan konsorsium. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rusdianto (2009), yang menyatakan bahwa media berpengaruh terhadap citra perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini melakukan analisis terhadap pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* terhadap upaya peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan, yaitu:

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara simultan berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme antara kalangan dunia usaha dan masyarakat yaitu bentuk kontribusi perusahaan kepada masyarakat sehingga dapat meredam atau menghindari konflik sosial dan upaya peningkatan citra positif perusahaan dapat dibentuk melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang meliputi motivasi, ruang lingkup, bentuk dan media secara parsial berpengaruh terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa CSR merupakan instrumen penting untuk menunjang

strategi perusahaan, yaitu membangun citra perusahaan sekaligus meningkatkan profit jangka panjang.

3. Berdasarkan nilai *standardized coefficients beta* dapat diketahui bahwa variabel bentuk mempunyai pengaruh dominan terhadap upaya untuk peningkatan citra PT. Gudang Garam, Tbk. Adanya pengaruh dominan menunjukkan bahwa pembangunan fasilitas penerangan jalan, pemberian kredit atau bantuan modal dan pemberian dana-dana kegiatan sosial masyarakat memberikan pengaruh dominan terhadap upaya untuk meningkatkan citra perusahaan.

Saran-saran yang dapat disampaikan kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Bagi pihak manajemen diharapkan lebih meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dalam hal ini terkait dengan semua kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dapat memberikan dukungan atas upaya perusahaan untuk meningkatkan citra positif masyarakat.
2. Dalam upaya untuk memberikan jaminan bahwa kepedulian terhadap masyarakat benar-benar dapat dirasakan secara maksimal maka harus dilakukan suatu evaluasi dari perusahaan untuk memberikan jaminan bahwa kegiatan yang dilakukan dapat memberikan manfaat secara maksimal dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
3. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya untuk menggunakan variabel lain yang mempengaruhi citra perusahaan dan menambah jumlah sampel dan menambah jangka waktu penelitian sehingga hasil penelitian ini dapat lebih berkembang.