

**Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Citra Perusahaan
(Studi pada PT PJB UBJ O & M PLTU Rembang)**

Imam Dwi Riyanto¹⁾ Syaiko Rosyidi²⁾ Rifqi Suprpto³⁾

¹⁾Alumni STIE YPPI Rembang

^{2,3)}Dosen Prodi Manajemen, STIE 'YPPI' Rembang

email: rifqi_suprpto@yahoo.co.id

ABSTRACT

This study aims to prove the influence of CSR program implementation of economic, environmental and social dimension either partially or simultaneously to PT PJB UBJ O & M PLTU Rembang. The sample in this research is ring society 1 PT PJB UBJ O & M PLTU Rembang Leran Village, Trahan, Jurangjero and Pangkalan which amounted to 160 people. Sampling using simple random sampling method and test using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the economic dimension, environmental dimension and social dimension either partially or simultaneously have a significant positive effect on company image of PT PJB UBJ O & M PLTU Rembang. The result of determination test shows that the economic dimension variable, environmental dimension and social dimension able to explain the dependent variable (corporate image) is 63,9%. While the rest of 37.1% is explained by other causes outside the model not examined in this study.

Keywords: CSR, Economics, Environment, Social, Corporate Image

PENDAHULUAN

Dimensi ekonomi dari CSR meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional yang dilakukan oleh perusahaan. Dimensi ini sering kali disalahartikan sebagai masalah keuangan perusahaan sehingga dimensi diasumsikan lebih mudah diimplementasikan dari pada dua dimensi lainnya yaitu sosial dan lingkungan. Penerapan CSR dalam dimensi ekonomi dilaksanakan melalui program kemitraan yang memberikan dukungan bagi usaha mikro atau kecil. Menurut hasil penelitian Widiyadari (2015) CSR dalam dimensi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan, sehingga semakin baik CSR dalam dimensi ekonomi yang diberikan maka semakin meningkat pula citra perusahaan.

Selain pada dimensi ekonomi, CSR dalam dimensi lingkungan juga sangat penting dan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Karena banyaknya perusahaan dibidang manufaktur maupun jasa pada saat ini memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Oleh sebab itu, inti dari dimensi ini adalah *management of environment* atau bagaimana perusahaan bertindak agar dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan yang ditimbulkan. Menurut penelitian Widiyadari (2015) CSR dalam dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan, sehingga semakin baik CSR dalam dimensi lingkungan yang diberikan maka semakin meningkat pula citra perusahaan.

Selain dari kedua dimensi tersebut, dimensi sosial juga sangat penting untuk meningkatkan citra perusahaan. Dimensi sosial merupakan dimensi yang terbaru dari pada dimensi lainnya dan menjadi perhatian utama bagi beberapa perusahaan saat ini. Dimensi sosial memiliki arti untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inti dari dimensi sosial sebenarnya adalah *respect for people* atau menghargai orang lain (Widiyasari, 2015). Menurut penelitian Widiyasari (2015) CSR dalam dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan, sehingga semakin baik CSR dalam dimensi sosial yang diberikan maka semakin meningkat pula citra perusahaan.

Salah satu perusahaan pembangkit listrik yang bergerak di sektor nonmigas, PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang memiliki kewajiban terhadap perkembangan masyarakat sekitar melalui kegiatan CSR. Dalam proses perkembangannya sejak diserahterimakan oleh PT PLN pada tahun 2014, PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang sendiri sudah melakukan program CSR. Pada tahun 2014 program yang sudah terealisasi yaitu seperti program *charity & sustainable*. Program tersebut sudah banyak dirasakan oleh warga sekitar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh program CSR terhadap Citra Perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

TINJAUAN TEORITIS

A. Corporate Social Responsibility (CSR)

Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) terdiri dari tiga fokus pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Adapun komponen dari CSR meliputi dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial.

a. Dimensi Ekonomi

Menurut Imran (2013) tanggung jawab ekonomi berarti bahwa organisasi bisnis harus membangun kemampuan untuk memperoleh profitabilitas yang kuat sebelum mempunyai kemampuan untuk melakukan aktivitas tanggung jawab sosial. Menurut standar GRI dalam Mardikanto (2014) bahwa dimensi ekonomi menyangkut keberhasilan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional dan tingkat global.

Adapun indikator yang menggambarkan dimensi ekonomi menurut Mardikanto (2014:41) yaitu:

- 1) Menaikkan pendapatan masyarakat lokal,
- 2) Adanya kesepakatan dari pihak-pihak yang terkait untuk menyelesaikan masalah-masalah PHK sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku,
- 3) Adanya upaya-upaya untuk mengatasi kemungkinan dampak penurunan pendapatan bagi sekelompok masyarakat,
- 4) Meningkatkan kualitas pelayanan umum untuk masyarakat lokal.

b. Dimensi Lingkungan

Lingkungan menurut Tjahjono (2013) yaitu segala sesuatu di sekitar subjek manusia yang terkait dengan aktifitasnya. Elemen lingkungan adalah hal-hal yang terkait dengan tanah, udara, air, sumberdaya alam, flora, fauna, manusia dan hubungan antar faktor-faktor tersebut. Kinerja lingkungan menurut Suratno dalam Rakhimah dan Agustia (2013) adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik (*green*). Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara dan air. Indikator dimensi lingkungan terkait dengan *input* (bahan, energi, air) dan *output* (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah).

Adapun indikator dimensi lingkungan menurut Mardikanto (2014:41) yaitu:

- 1) Terjaganya keberlanjutan fungsi-fungsi ekologis,
- 2) Tidak melebihi ambang batas atas baku mutu lingkungan yang berlaku, nasional dan lokal (tidak menimbulkan pencemaran udara, air dan tanah),
- 3) Terjaganya keanekaragaman hayati dan terjadi pencemaran genetika,
- 4) Mematuhi peraturan tata guna lahan atau tata ruang,
- 5) Tidak menyebabkan timbulnya gangguan kesehatan,
- 6) Dipatuhinya peraturan keselamatan kerja,
- 7) Adanya prosedur yang terdokumentasi yang menjelaskan usaha-usaha yang memadai untuk mencegah kecelakaan dan mengatasi bila terjadi kecelakaan.

c. Dimensi Sosial

Dimensi sosial merupakan tanggung jawab atas dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Yenti, 2013). Menurut Sofyan dan Safri dalam Bajra, dkk (2015) mengatakan bahwa berbagai dasar perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu:

- 1) Keterlibatan sosial perusahaan terhadap masyarakat dalam memenuhi panggilan bahwa dirinya memiliki kepekaan terhadap masalah sosial di tengah masyarakat,
- 2) Meningkatkan nama baik perusahaan (citra perusahaan), simpati masyarakat, karyawan dan investor, sehingga berharap *feed back* secara ekonomi,
- 3) Menghindari campur tangan pemerintah dalam melindungi masyarakat,
- 4) Meningkatkan respon positif, norma dan nilai masyarakat,
- 5) Sesuai dengan kehendak investor,
- 6) Membantu program pemerintah seperti konservasi, pelestarian budaya, peningkatan pendidikan, lapangan kerja dan lain sebagainya,

B. Citra Perusahaan

Menurut Adona dalam Vegawati, dkk (2015) citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman pribadi. Citra dengan sengaja perlu

diciptakan agar bernilai positif (Sukatendel dalam Vegawati, dkk, 2015). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan yaitu melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

Indikator citra perusahaan di mata masyarakat menurut Bajra, dkk (2015) adalah sebagai berikut:

- a. Dukungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan,
- b. Hubungan sosial yang baik antara perusahaan dengan masyarakat,
- c. Toleransi perusahaan terhadap masyarakat dalam pelaksanaan aktifitas perusahaan,
- d. Pelaksanaan aktifitas perusahaan tidak mengganggu warga.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah warga sekitar yang masuk ring satu dari PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang yaitu Desa Leran, Desa Terahan, Desa Jurang Jero dan Desa Pangkalan.

Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability 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 sampling*.

Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah masyarakat yang berada di empat desa di ring satu PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang, yang dalam hal ini meliputi 40 responden dari Desa Leran, 40 responden dari Desa Jurang-jero, 40 responden dari DesaTrahandan 40 responden dari Desa Pangkalan di Kecamatan Sluke. Menurut pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2011:90) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Jadi berdasarkan pemilihan sampel di atas jumlah sampel yang ditentukan adalah 160 responden.

Definisi Variabel

Definisi masing-masing konsep adalah:

1. Variabel Depend

Variabel dependen dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39).

Variabel terikat (Y) dalam penelitian yang dilakukan adalah citra perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2012:274) mendefinisikan citra sebagai keyakinan, ide dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Menurut Adona dalam Vegawati, dkk (2015) citra perusahaan adalah suatu kesan atau gambaran dari sebuah perusahaan di mata masyarakat luas yang terbentuk berdasarkan pada pengetahuan dan pengalaman mereka pribadi. Indikator citra perusahaan di mata masyarakat menurut Bajra, dkk (2015) adalah sebagai berikut:

- a. Dukungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan.
- b. Hubungan sosial yang baik antara perusahaan dengan masyarakat.
- c. Toleransi perusahaan terhadap masyarakat dalam pelaksanaan aktifitas perusahaan.
- d. Pelaksanaan aktifitas perusahaan tidak mengganggu warga.

2. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor dan anteseden yang dilambangkan dengan (X). Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel ini mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2013:39). Dalam penelitian yang dilakukan terdapat tiga variabel independen, yaitu:

a. Dimensi Ekonomi

Menurut standar GRI (*Global Reporting Iniatif*) dalam Mardikanto (2014:41) bahwa dimensi ekonomi menyangkut keberhasilan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global.

Adapun indikator yang menggambarkan dimensi ekonomi menurut Mardikanto (2014:41) yaitu:

- 1) Menaikkan pendapatan masyarakat lokal.
- 2) CSR diterapkan sesuai bisnis perusahaan.
- 3) Adanya upaya-upaya untuk mengatasi kemungkinan dampak penurunan pendapatan bagi sekelompok masyarakat.
- 4) Meningkatkan kualitas pelayanan umum untuk masyarakat lokal.

b. Dimensi Lingkungan

Menurut Vegawati, dkk (2015) *environment* yaitu menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik, menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan dan lain-lain.

Adapun indikator dimensi lingkungan menurut Mardikanto (2014:41) yaitu:

- 1) Terjaganya keberlanjutan fungsi-fungsi ekologis.

- 2) Terjaganya ambang batas atas baku mutu lingkungan yang berlaku, nasional dan lokal (tidak menimbulkan pencemaran udara, air dan tanah).
- 3) Terjaganya keanekaragaman hayati dan terjadi pencemaran genetika.
- 4) Mematuhi peraturan tata guna lahan atau tata ruang.
- 5) Tidak menyebabkan timbulnya gangguan kesehatan.

c. Dimensi Sosial

Dimensi sosial merupakan tanggung jawab atas dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Yenti, 2013). Adapun indikator yang menggambarkan dimensi sosial menurut Mardikanto (2014:41) yaitu:

- 1) Adanya proses konsultasi ke masyarakat lokal.
- 2) Adanya tanggapan dan tindak lanjut terhadap kritik dan keluhan masyarakat lokal.
- 3) Menambah keharmonisan di tengah masyarakat lokal.
- 4) Kualitas pelayanan umum untuk masyarakat lokal tersedia.

ANALISIS DATA

Dalam pengujian model struktural yang ditunjukkan di dalam kerangka pemikiran dan Tujuan dilakukannya analisis data antara lain untuk mendeskripsikan data. Sehingga dapat dipahami karakteristiknya, juga untuk menarik kesimpulan yang biasanya dibuat berdasarkan pendugaan dan pengujian hipotesis.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan data, dilakukan melalui instrumen pengumpulan data.
2. *Editing*, yaitu memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrumen pengumpulan data.
3. *Coding*, yaitu proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam instrumen pengumpulan data menurut variabel yang diteliti.
4. Tabulasi data, yaitu mencatat atau entri data ke dalam tabel induk penelitian.

Setelah menyelesaikan proses data diatas dan terkumpul sesuai dengan jumlah yang diinginkan, selanjutnya adalah menganalisis dan menguji hipotesis yang telah dikemukakan.

1. Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2011:19) statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data dari nilai rata-rata (*mean*), deviasi, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis* dan *skewness* (kemencengan distribusi).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh implementasi *corporate social responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan. Model dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Citra Perusahaan
α	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien Regresi
X_1	= Dimensi Ekonomi
X_2	= Dimensi Lingkungan
X_3	= Dimensi Sosial
e	= <i>Standart Error</i>

Adapun tahapan dalam analisis regresi linier berganda meliputi:

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2011:98) uji parsial atau uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t tersebut digunakan untuk menguji hipotesis H_1, H_2 dan H_3 . Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$).

1) Hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$, berarti tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$, berarti terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Penerimaan dan penolakan hipotesis

Adapun penerimaan dan penolakan hipotesis (H_a) dilakukan dengan kriteria:

a) Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka hipotesis (H_a) ditolak (tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara positif signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis (H_a) diterima (signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011:98). Uji F digunakan untuk menguji hipotesis H_4 . Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$).

1) Hipotesis statistik

$H_0 : \beta_1; \beta_2; \beta_3 \leq 0$, berarti secara simultan tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta_1; \beta_2; \beta_3 > 0$, berarti secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Penerimaan dan penolakan hipotesis

Adapun penerimaan dan penolakan hipotesis (H_a) dilakukan dengan kriteria:

- a) Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka hipotesis (H_a) ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara positif signifikan terhadap dependen.
- b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis (H_a) diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa uji determinasi menunjukkan seberapa besar variabel-variabel independen yang ada di dalam model dapat menerangkan variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan uji determinasi *adjusted R²*. Interpretasi terhadap hasil koefisien determinasi *adjusted R²* yaitu:

- 1) Jika nilai koefisien determinasi *adjusted R²* semakin mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.
- 2) Jika nilai koefisien *adjusted R²* semakin mendekati nol, berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas (dimensi ekonomi (X_1), dimensi lingkungan (X_2) dan dimensi sosial (X_3) terhadap variabel terikat yaitu citra perusahaan (Y). Model tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Citra Perusahaan

- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi
- X_1 = Dimensi Ekonomi
- X_2 = Dimensi Lingkungan
- X_3 = Dimensi Sosial
- e = *Standart Error*

Adapun dari hasil analisis regresi berganda diperoleh dari nilai koefisien regresi (β) yang ditunjukkan dalam Tabel 1. di bawah ini:

Tabel 1.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (β)
Konstanta	3,230
Dimensi Ekonomi(X_1)	0,203
Dimensi Lingkungan (X_2)	0,260
Dimensi Sosial (X_3)	0,436

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Dengan melihat model regresi dari Tabel 1. di atas, maka terdapat persamaan dalam penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,230 + 0,203X_1 + 0,260X_2 + 0,436X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 3,230 yang artinya jika variabel independen (dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial) konstan, maka variabel citra perusahaan(Y) mempunyai nilai sebesar 3,230.
- b. Koefisien regresi variabel dimensi ekonomi (X_1) sebesar 0,203 yang artinya jika dimensi ekonomi mengalami kenaikan satu satuan, maka citra perusahaan(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,203.
- c. Koefisien regresi variabel dimensi lingkungan (x_2) sebesar 0,260 yang artinya jika dimensi lingkungan mengalami kenaikan satu satuan, maka citra perusahaan(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,260.
- d. Koefisien regresi variabel dimensi sosial (X_3) sebesar 0,436 yang artinya jika dimensi sosial mengalami kenaikan satu satuan, maka citra perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,436.

2. Hasil Uji Parsial

Uji hipotesis parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh secara individual antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Adapun hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 2. sebagai berikut:

Tabel 2.

Hasil Uji Parsial (t)

Variabel	β	Sig.	Standar	kesimpulan
Dimensi Ekonomi(X_1)	0,203	0,003	0,05	Ha diterima
Dimensi Lingkungan (X_2)	0,260	0,000	0,05	Ha diterima
Dimensi Sosial (X_3)	0,436	0,000	0,05	Ha diterima

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Dari Tabel 2. di atas, dapat diambil kesimpulan hipotesis sebagai berikut:

a. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Berdasarkan uji pengaruh antara dimensi ekonomi terhadap citra perusahaan pada Tabel 2. diperoleh nilai β sebesar 0,203 dengan signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Sehingga hipotesis pertama yang diduga bahwa variabel dimensi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang diterima. Karena hasil uji hipotesis pertama membuktikan variabel dimensi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

b. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Berdasarkan uji pengaruh antara dimensi lingkungan terhadap citra perusahaan pada Tabel 2. diperoleh nilai β sebesar 0,260 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis kedua yang diduga bahwa variabel dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang diterima. Karena hasil uji hipotesis kedua membuktikan variabel dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

c. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Berdasarkan uji pengaruh antara dimensi sosial terhadap citra perusahaan pada Tabel 2. diperoleh nilai β sebesar 0,436 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis ketiga yang diduga bahwa variabel dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang diterima. Karena hasil uji hipotesis ketiga membuktikan bahwa variabel dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

3. Hasil Uji Simultan

Uji simultan pada dasarnya digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau serentak atau bersama-sama antara variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F digunakan untuk menguji hipotesis keempat (H_4). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil dari uji simultan dapat dilihat pada Tabel 3. di bawah ini.

Tabel 3.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	F	Sig.
Dimensi Ekonomi (X_1); Dimensi Lingkungan (X_2) dan Dimensi Sosial (X_3).	94,748	0,000

Sumber: Data Primer, Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 3. nilai F hitung sebesar 94,748 dengan probabilitas signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka variabel independen yang meliputi dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang sehingga hipotesis keempat diterima

4. Hasil Uji Determinasi

Uji determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yang ada di dalam model dapat menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji determinasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 4. berikut ini:

Tabel 4.
Hasil Uji Determinasi

Variabel	Adjusted R Square
Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan, Dimensi Sosial dan Citra Perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.	0,639

Sumber: Data Primer, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 4. di atas, maka dapat diketahui bahwa besarnya koefisien *adjusted R square* adalah 0,639. Dengan nilai *adjusted R square* 63,9%, maka dapat diartikan bahwa variabel citra perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independen yaitu dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial sebesar 63,9%. Sedangkan sisanya 36,1% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Secara umum penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil deskriptif, bahwa kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan persetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi masing-masing variabel penelitian. Pembahasan dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Dimensi Ekonomi Terhadap Citra Perusahaan pada PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh dimensi ekonomi terhadap citra perusahaan positif signifikan. Hal ini menyatakan bahwa program-program yang telah dilaksanakan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang seperti: pelatihan dan pembuatan batik tulis, pelatihan bank sampah, pelatihan pembuatan kue tradisional, pelatihan las dan

teknik pendingin, pelatihan pembuatan trasi, pelatihan instalasi listrik sangat dirasakan manfaatnya dan mudah diingat oleh masyarakat sekitar. Sehingga menunjukkan bahwa dalam program dimensi ekonomi yang dilakukan perusahaan dalam proses meningkatkan citra perusahaan sangat merubah *image* masyarakat dalam menilai citra perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Menurut standar GRI (*Global Reporting Iniatif*) dalam Mardikanto (2014:41) bahwa dimensi ekonomi menyangkut keberhasilan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Jadi program CSR yang di implementasikan oleh PLTU Rembang seperti pelatihan dan pembuatan batik tulis, pelatihan pembuatan trasi serta pelatihan las dan tehnik pendingin mampu meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar PLTU Rembang, selain itu berpengaruh meningkatkan citra baik perusahaan PLTU Rembang di mata masyarakat sekitar PLTU Rembang dan *stakeholder*. Masyarakat sekitar PLTU Rembang juga sangat terbantu secara ekonomi, karena dengan adanya PLTU Rembang pendapatan masyarakat bertambah sehingga dapat mengurangi tingkat kemiskinan di sekitar PLTU Rembang.

2. Pengaruh Dimensi Lingkungan terhadap Citra Perusahaan pada PTPJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam program Dimensi Lingkungan yang dilakukan perusahaan dalam proses meningkatkan Citra Perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang. Hal ini dikarenakan program-program yang berupa penanaman pohon mangrove, kegiatan kampung hijau sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar disamping itu bantuan-bantuan tersebut banyak yang berupa bangunan fisik sehingga mudah diingat oleh masyarakat sekitar ring I PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Menurut Vegawati, dkk (2015) *environment* yaitu menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik, menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan dan lain-lain. Jadi program CSR dalam dimensi lingkungan yang diberikan oleh PLTU Rembang kepada masyarakat sekitar seperti penanaman pohon mangrove dan kegiatan kampung hijau diterima masyarakat dengan baik, selian itu PLTU Rembang mampu mematuhi tata guna ruang dan lahan dengan baik, sehingga sangat berpengaruh meningkatkan citra baik perusahaan PLTU Rembang.

3. Pengaruh Dimensi Sosial terhadap Citra Perusahaan pada PTPJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa program-program yang telah dilaksanakan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang seperti: pemberian beasiswa tingkat SMP

& SMA, penyuluhan kesehatan sangat dirasakan manfaatnya dan mudah diingat oleh masyarakat sekitar. Sehingga menunjukkan bahwa dalam program dimensi sosial yang dilakukan perusahaan dalam proses meningkatkan citra perusahaan sangat merubah *image* masyarakat dalam menilai citra perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Dimensi sosial merupakan tanggung jawab atas dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung (Yenti, 2013). Jadi CSR yang diimplementasikan oleh PLTU Rembang dalam dimensi sosial merupakan tanggung jawab atas dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung sangat berpengaruh meningkatkan citra baik perusahaan PLTU Rembang, karena program CSR PLTU Rembang dalam dimensi sosial seperti pemberian beasiswa tingkat SMP dan SMA dan penyuluhan kesehatan masyarakat sangat terbantu secara sosial sangat membantu masyarakat sekitar PLTU Rembang.

4. Pengaruh Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan dan Dimensi Sosial terhadap Citra Perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

Hasil hipotesis menunjukkan bahwa dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensisosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang, ini berarti bahwa semakin baik implementasi CSR pada dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensi sosial, maka terbukti berpengaruh meningkatkan citra perusahaan di mata *stakeholder* dan masyarakat, karena ketiga dimensi tersebut sangat membantu masyarakat sekitar PLTU Rembang.

Implementasi CSR akan membentuk opini masyarakat berupa citra terhadap perusahaan. Akumulasi dari citra perusahaan akan membentuk reputasi yang sangat bermakna bagi perusahaan (Dewi dalam Mulyana dan Sari,2013). Kotler dan Lee dalam Chanafi, dkk (2015) menyatakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya tentu akan terwujud jika masyarakat dan lingkungan memiliki citra yang positif mengenai perusahaan yang bersangkutan. Menurut hasil penelitian Widiyadari (2015) CSR dalam dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dimensi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.
2. Dimensi lingkungan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.

3. Dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan PT PJB UBJ O&M PLTU Rembang.
4. Dimensi ekonomi, dimensi lingkungan dan dimensisosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan PT PJB UBJO&M PLTU Rembang.

REFERENSI

- Anggraini, Novia, 2014, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia)", Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Esa Unggul, tidak dipublikasikan.
- Bajra, Bayu, Zainul Arifin dan Sunarti, 2015, "Analisis Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Adaro Indonesia di Kalimantan Selatan)", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 30, No. 1, Januari 2015.
- Chanafi, Fauzi dan Sunarti, 2015, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility dan Dampaknya pada Citra Perusahaan", *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 3 no.1, 1-6.
- Damayanti, Syaiko Rosyidi dan Riskin Hidayat, 2015, "Pedoman Penyusunan Skripsi, STIE 'YPPI', Rembang.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19 edisi 5*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati Ratih, Santi Sofyani, 2010, "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Image PT Bank Negara Indonesia, Tbk", *Strategic*, Vol. 9 No. 18
- Imran, Maharani, 2013, "Peran Public Relation pada Program CSR Dalam Rangka Meningkatkan Citra Perusahaan", Artikel, tidak dipublikasikan.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, 2012, *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan oleh Bob Sabran Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kusniadji, Suherman, 2011, "Mengkomunikasikan Program Corporate Social Responsibility untuk Meningkatkan Citra Perusahaan", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 3, No. 1, ISSN: 2085 1979, Hal: 55-63.
- Mardikanto, Totok, 2014, *(CSR) Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, Edisi 1. ALFABETA, CVI, Bandung.
- Mulyana dan Dian Ayuk Wulan Sari, 2013, "Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Pembentuk Citra Perusahaan dan Loyalitas", *Jurnal EKOBIS*, Vol. 14, No. 2, Januari 2013, Hal. 90-104.
- Putra, Suharyono dan Abdillah, 2014, "Implementasi CSR dan Dampaknya Terhadap Keberlangsungan Bisnis Perusahaan Multinasional", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 12 No. 2, 1-8.
- Rakhiemah, Aldilla Noor dan Agustia, 2013, "Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, *Simposium Nasional Akuntansi XII*, Palembang, 3-4 November.

- Rudito, Bambang, 2013, *“Corporate Social Responsibility”*, Cetakan Pertama, Penerbit Rekayasa Sains, Bandung, Hal 1.
- Sari, Novi Nur Indah, Achmad Fauzi dan Sunarti, 2014, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra”, *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, Vol. 8 No. 2, 1-6.
- Sari, Padomo, 2014, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas”, *Jurnal Ilmu & Riset Akunansi*, Vol. 3 No. 7, 5.
- Semuel Hatana, Elianto Wijaya, 2008, “Corporate Social Responsibility, Purchase Intention dan Corporate Image pada Restoran di Surabaya dari Perspektif Pelanggan”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 3 No. 1
- Sugiarti, Ni Wayan, 2015, “Pengaruh Persepsi tentang Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan yang Dimediasi oleh Citra Merek”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4 No. 9, 2573-2587.
- Sugiyono, 2013, *Model Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Alfabeta: Bandung.
- Sunyoto, D., 2012, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, CAPS, Yogyakarta.
- Supriadinata, 2013, “Analisis Efektifitas Corporate Social Responsibility Dalam Menyelesaikan Masalah Lingkungan Sosial Perusahaan”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2 No. 1, 2-11.
- Tjahjono, Mazda Eko Sri, 2013, “Pengaruh Lingkungan terhadap Nilai dan Citra perusahaan”, *Jurnal Ekonomi*, Vol.4, No. 1, Mei 2013.
- Vegawati, Sylvania Mira, Srikandi Kumadji dan Dahlan Fanani, 2015, “Pengaruh Program Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 20, No. 1, Maret 2015.
- Wahyu, 2015, Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan, 27-30, Artikel, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, tidak dipublikasikan.
- Widiyasari, Nurul Ami, 2015, “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Image Nasmoco (Studi Kasus Pada Warga Kota Semarang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 10, No. 1, Mei 2015.
- Yenti, Anofrida, 2013, “Pengaruh Penerapan program Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan PT Semen Padang (studi kasus masyarakat Kecamatan Lubuk Kialngan Padang)”, Artikel, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang, tidak dipublikasikan.
- Yusdantara, I Kadek dan Gede Bayu Rahanatha, 2015, “Pengaruh CSR terhadap Reputasi Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan”, *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol. 4 no. 4, 813-829.