

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR)* TERHADAP CITRA
PERUSAHAAN**

**(Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di
Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh ujian sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**HUSNI FALAH WIJAYA
105030201111056**



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

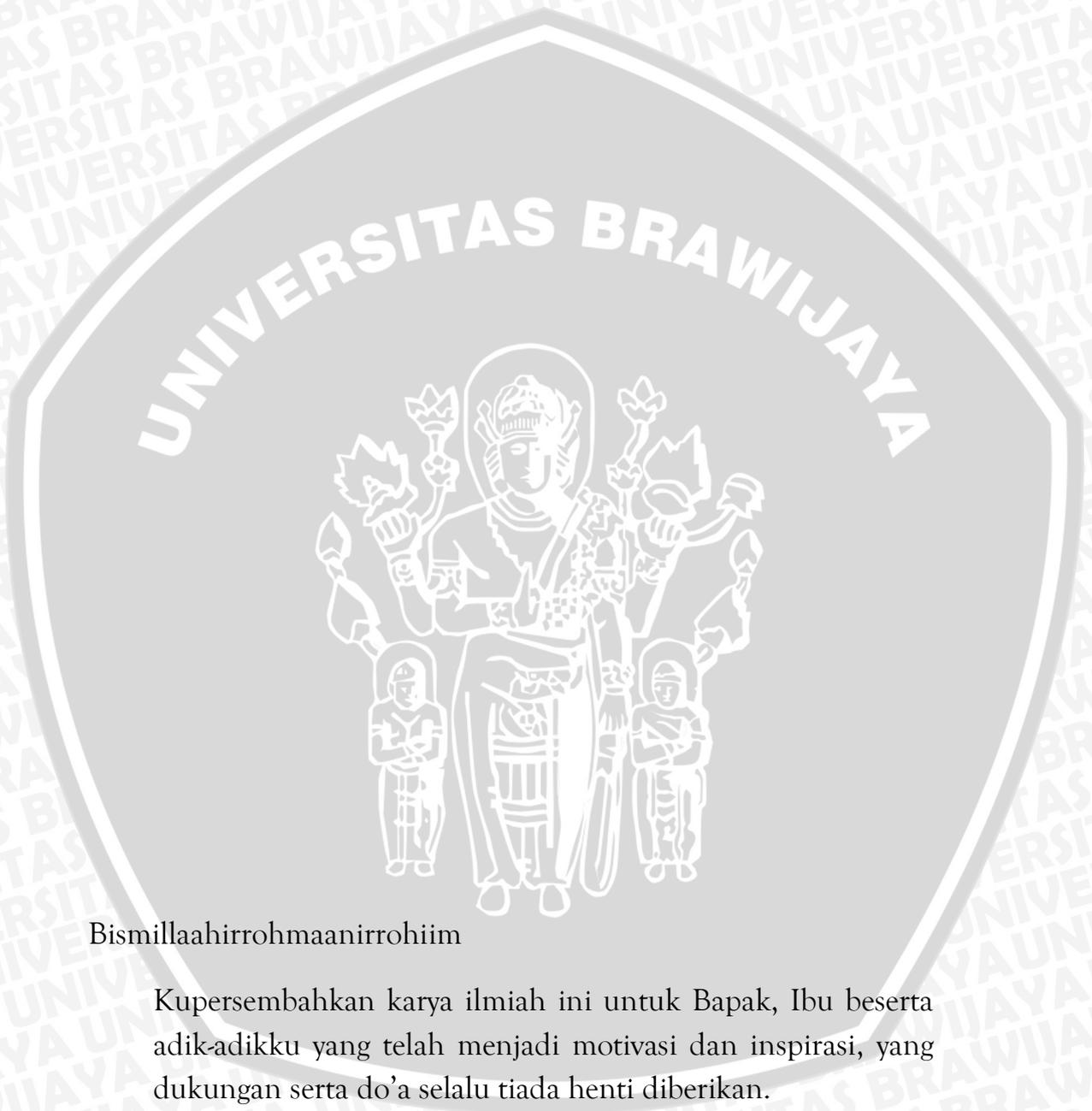
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

MALANG

2014



Bismillaahirrohmaanirrohiim

Kupersembahkan karya ilmiah ini untuk Bapak, Ibu beserta adik-adikku yang telah menjadi motivasi dan inspirasi, yang dukungan serta do'a selalu tiada henti diberikan.

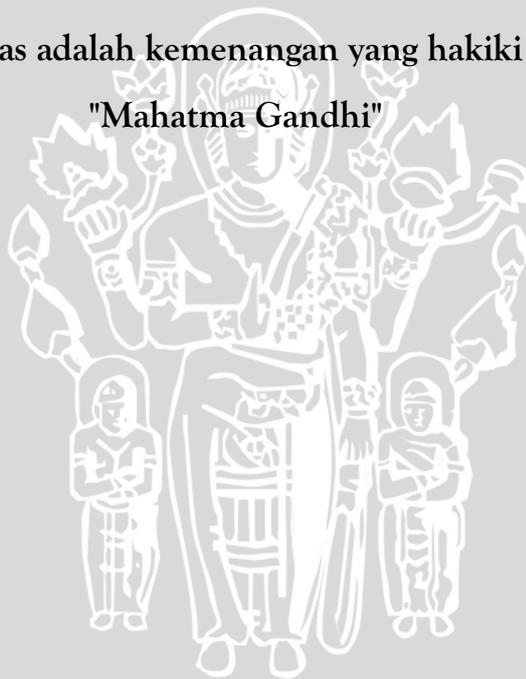
MOTTO

Tidak ada hal yang sulit, yang ada hanya belum terbiasa

Jadilah orang bodoh bernasib baik, tetapi lebih baik jadi orang cerdas
yang bernasib baik

Kepuasan terletak pada usaha, bukan pada hasil. Berusaha dengan
keras adalah kemenangan yang hakiki

"Mahatma Gandhi"



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra
Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR
PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu)

Disusun oleh : Husni Falah Wijaya

NIM : 105030201111056

Fakultas : Ilmu Administrasi

Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Malang, 10 November 2014

Komisi Pembimbing

Ketua



Dr. Edy Yulianto, M.P
NIP. 19600728 198601 1 001

Anggota



Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., PhD
NIP. 19741227 200312 1 002

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 15 Desember 2014
Jam : 09.30 – 11.00
Skripsi atas nama : Husni Falah Wijaya
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang)

dan dinyatakan lulus.

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Anggota



Dr. Edy Yulianto, M.P
NIP. 19600728 198601 1 001

Penguji



Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D
NIP. 19741227 200312 1 002

Penguji



Prof. Dr. Suharyono, MA
NIP. 19450101 197303 1 001



Dr. Srikandi Kumadji, MS
NIP. 19611110 198601 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu UU No.20 tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 24 November 2014



Husni Falah Wijaya
105030201111056

RINGKASAN

Husni Falah Wijaya, 2014, **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan** (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang), Dr. Edy Yulianto, M.P, Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., PhD., 127 + xv.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2) dan Aspek Lingkungan (X3), secara bersama-sama dan parsial terhadap citra perusahaan; (2) variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap citra perusahaan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat penerima program CSR dari PT. PINDAD (Persero) yang tinggal di RW 01, 04 dan 05 Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang dan sebanyak 89 orang responden dijadikan sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*. Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam konsep CSR yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2) dan Aspek Lingkungan (X3) secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan hubungan yang signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y). Secara bersama-sama nilai sig.F 0,000. Sedangkan secara parsial variabel Aspek Sosial (X1) menunjukkan nilai sig t sebesar 0,011. Variabel Aspek Ekonomi (X2) menunjukkan nilai sig t sebesar 0,001. Variabel Aspek Lingkungan (X3) menunjukkan nilai sig t sebesar 0,004. Diketahui juga variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) adalah variabel Aspek Ekonomi (X2).

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat mempunyai penilaian yang cukup baik terhadap program CSR dari PT. PINDAD (Persero). Meskipun demikian diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari program-program CSR yang dijalankan.

SUMMARY

Husni Falah Wijaya, 2014, **The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) for Corporate's Image** (Survey based on The Public Who Receiving CSR Program from PT. PINDAD (Persero) in Sub District of Sedayu , District of Turen, Regency of Malang), Dr. Edy Yulianto, M.P, Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., PhD., 127 + xv.

This research aims to examine: (1) the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) which consists of the Social Aspects (X1), Economic Aspects (X2) and Environmental Aspects (X3), jointly and partially to the corporate's image; (2) a variable that has a dominant influence on the image of the corporate.

The type of they research is explanatory with a quantitative approach. The population in this study is the public who receiving CSR program of PT. PINDAD (Persero) who lived in RW 01, 04 and 05 the Sub District of Sedayu , District of Turen, Regency of Malang and as many as 89 people respondent research sample. The sampling technique using proportionate stratified random sampling. The data analysis used are descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

The results of multiple linear regression analysis showed that the variables in the CSR concept consisting of the Social Aspects (X1), Economic Aspects (X2) and Environmental Aspects (X3) jointly and partially with positive and significant relationship to the Corporate Image (Y). F is 0,000 sig.F value. While partially Social Aspects variable (X1) shows value of sig t 0011. Economic Aspects variables (X2) indicates value of t sig 0,001. Environmental Aspects variable (X3) indicates value of t sig 0.004. So detected variables that have a dominant influence on Corporate Image variable (Y) is variable Economic Aspects (X2).

Based on the results, it can be concluded that the public has a fairly good assessment of the CSR program of PT. PINDAD (Persero). Although expected the corporate to maintain and improve the quality of CSR programs.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu).**

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Endang Siti Astuti, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Bapak Dr. Edy Yulianto, M.P selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah berkenan memberikan petunjuk, arahan, serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.

4. Bapak Yusri Abdillah, S.sos, M.Si, Ph.D, selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah berkenan memberikan petunjuk, arahan, serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
5. Bapak Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak Kukuh, Bapak Devid dan Mbak Anggi yang telah memberi kesempatan dan bantuan kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT. PINDAD (Persero), serta seluruh staf karyawan perusahaan.
7. Kedua orangtua beserta adik-adik saya yang selalu memberikan doa dan dukungan serta selalu memberikan motivasi baik secara moril maupun materiil untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
8. Yogy, Hudin, Bobi, Hening, Rizki, Andi, Rangga, Ria, Sonia dan semua teman-teman FIA Bisnis 2010 serta teman-teman kost regas yang selalu memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, maka saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang yang membaca.

Malang, 24 November 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kajian Teoritis.....	19
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
a. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
b. Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	21
c. Model <i>Corporate Social Responsibility</i>	23
d. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	31
2. Citra.....	34
a. Definisi Citra.....	34
b. Citra Perusahaan.....	34
c. Jenis Citra.....	35
d. Manfaat Citra.....	37
D. Hubungan CSR dengan Citra Perusahaan.....	38
E. Model Konsep dan Model Hipotesis.....	40



BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	43
B. Lokasi Penelitian.....	44
C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran.....	44
1. Konsep Penelitian.....	44
2. Variabel Penelitian.....	45
3. Definisi Operasional.....	45
4. Skala Pengukuran.....	47
D. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
1. Sumber Data.....	50
2. Metode Pengumpulan Data.....	51
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas.....	52
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
G. Analisis Data.....	56
1. Analisis Deskriptif.....	56
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	56

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	59
B. Gambaran Umum Responden.....	66
C. Analisis Data.....	71
D. Pembahasan.....	84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

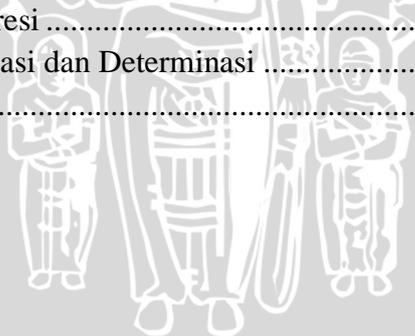
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA.....	102
----------------------------	------------



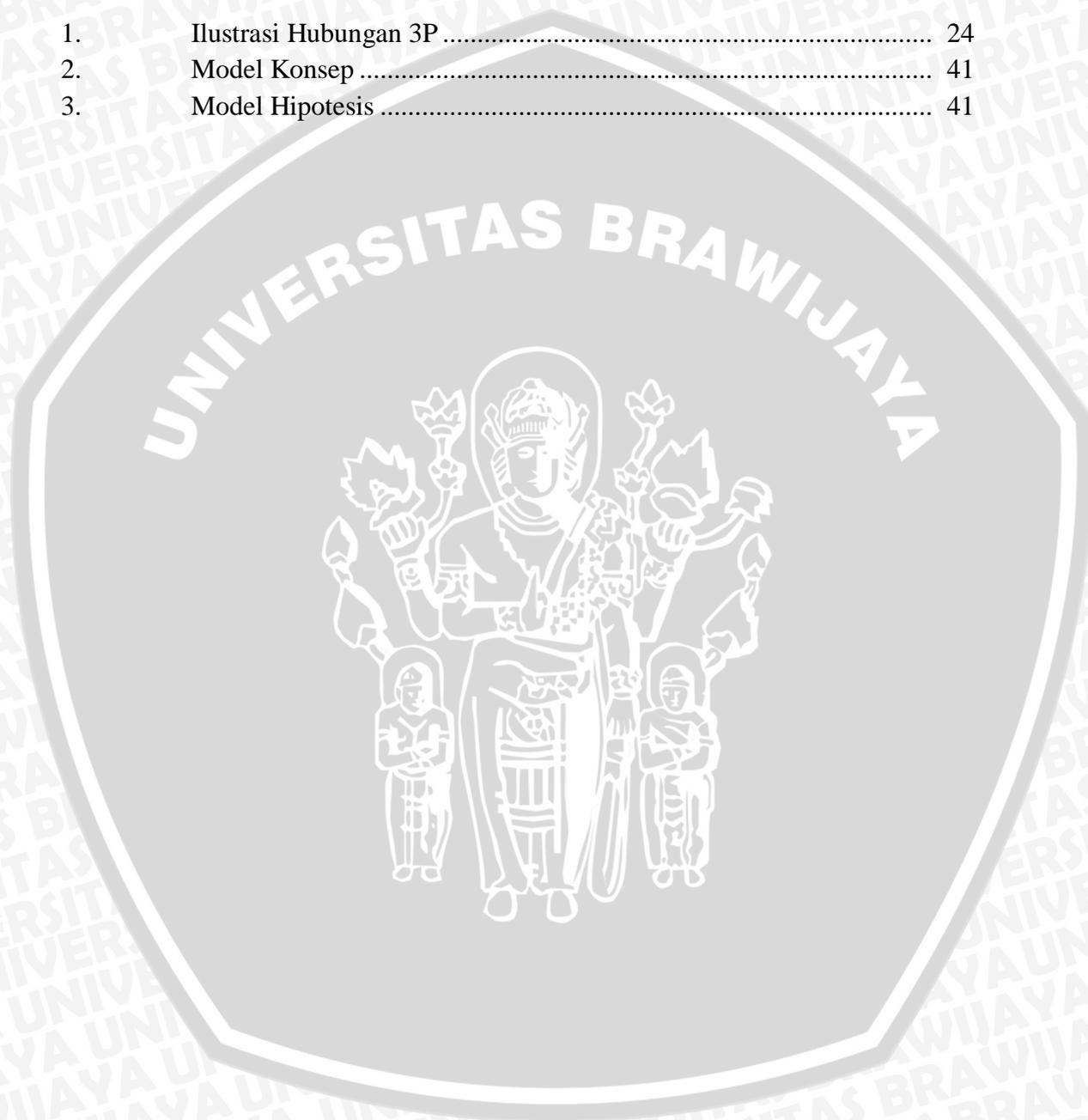
DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.	Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	15
2.	Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	26
3.	Manfaat Pelaksanaan Program CSR Bagi Perusahaan.....	32
4.	Konsep, Variabel, Indikator dan <i>Item</i>	46
5.	Pembagian Sampel Penelitian	49
6.	Uji Validitas Item	54
7.	Uji Reliabilitas Item	55
8.	Bidang Usaha PT. PINDAD (Persero)	59
9.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
10.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	68
11.	Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
12.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	69
13.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	70
14.	Distribusi Frekuensi Variabel Aspek Sosial (X1).....	71
15.	Distribusi Frekuensi Variabel Aspek Ekonomi (X2).....	73
16.	Distribusi Frekuensi Variabel Aspek Lingkungan (X3)	75
17.	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Perusahaan (Y).....	77
18.	Persamaan Regresi	79
19.	Koefisien Korelasi dan Determinasi	80
20.	Uji F/Simultan.....	82



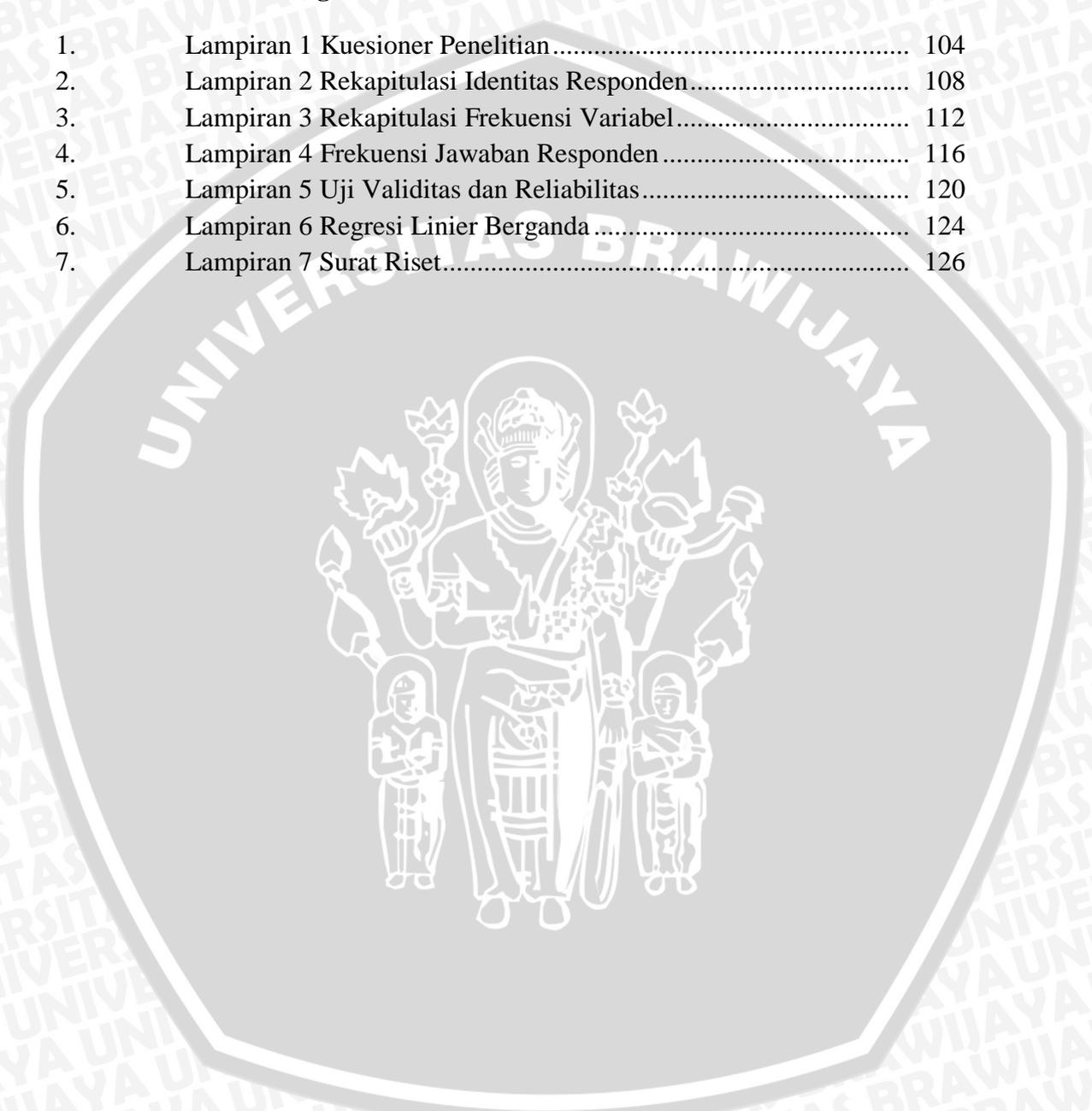
DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.	Ilustrasi Hubungan 3P	24
2.	Model Konsep	41
3.	Model Hipotesis	41



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	104
2.	Lampiran 2 Rekapitulasi Identitas Responden.....	108
3.	Lampiran 3 Rekapitulasi Frekuensi Variabel.....	112
4.	Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden.....	116
5.	Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	120
6.	Lampiran 6 Regresi Linier Berganda.....	124
7.	Lampiran 7 Surat Riset.....	126



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya tidak hanya berorientasi pada *profit* semata. Meskipun mencapai keuntungan maksimal adalah tujuan utama berdirinya suatu perusahaan, namun perusahaan tidak dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait yakni para *stakeholders*. *Stakeholders* menurut Kartini (2009:9) dibagi menjadi 2 yaitu *primary stakeholders* (karyawan, pemasok, kreditur, pelanggan, pedagang besar dan eceran) dan *secondary stakeholders* (masyarakat umum, komunitas lokal, pemerintah pusat/ daerah, kelompok aktivis sosial dan media). Setiap perusahaan mempunyai tanggungjawab atas tindakan dan kegiatan bisnisnya yang mempunyai dampak, baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan itu berada. Keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak selalu diukur dengan uang saja melainkan keuntungan sosial juga menjadi hal yang harus diperhatikan, yang mana keuntungan dari sisi sosial ini pada waktunya akan mempunyai peran yang sangat besar bagi eksistensi suatu perusahaan dalam jangka panjang.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggungjawab sosial perusahaan saat ini semakin populer di kalangan masyarakat dan pelaku bisnis. Seperti dijelaskan oleh Hadi (2011:48) awal sejarah perkembangan *social responsibility* pada tahun 1950-1960-an masih dipahami secara sederhana. *Social*

responsibility dipahami sebagai sikap kedermawanan perusahaan terhadap masyarakat sekitar, yang mana pada tahun 1960-an secara global masyarakat dunia baru pulih dari *excess* perang dunia I dan II.

Kurun waktu tahun 1970-1980 praktik *corporate social responsibility* bergeser menjadi lebih komprehensif dan manusiawi, hal ini ditandai dengan dimulainya kegiatan perusahaan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat. Perusahaan menjadikan masyarakat dan lingkungan sebagai bahan pertimbangan munculnya setiap kegiatan perusahaan yang dilakukan. Zaman ini juga terbentuk *Community for Development* yang merupakan gabungan kelompok perusahaan dan para peneliti di Amerika. *Community for Development* pada tahun 1971 secara jelas menyatakan bahwa setiap perusahaan mempunyai kontrak sosial yakni perusahaan atau pelaku bisnis dituntut untuk memikul tanggungjawab secara lebih luas kepada masyarakat dengan mengedepankan beragam nilai sosial yang mengitari (*human values*). Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi terhadap kenaikan taraf kehidupan masyarakat.

Era tahun 1990 hingga sekarang memperlihatkan perusahaan sudah semakin peduli terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Seperti dikemukakan oleh Elkingston's (1997) dalam Wahyudi dan Azheri (2008:44) bahwa kebijakan perusahaan yang hanya bertujuan mencari *profit* saja telah berganti menjadi kebijakan yang berlandaskan *triple bottom lines* yang meliputi kesejahteraan ekonomi (aspek ekonomi), peningkatan kualitas lingkungan (aspek lingkungan) dan keadilan sosial (aspek sosial). Ketiganya merupakan variabel dalam penelitian ini.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan sekitar. Secara konseptual menurut Suharto (2009:103) CSR adalah “sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi perusahaan dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan”. Lebih lanjut Untung (2008:1) mendefinisikan CSR sebagai “komitmen perusahaan untuk turut berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan memfokuskan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan”. Pendapat yang sama dikeluarkan oleh komisi Eropa dalam Susanto (2009:11) yang secara ringkas menekankan bagaimana perusahaan secara sukarela memberikan kontribusi bagi terbentuknya masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.

Belum adanya peraturan yang jelas mengenai *Corporate Social Responsibility*, serta untuk meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap *stakeholders* membuat pemerintah dan DPR membentuk regulasi baru yaitu undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 dijelaskan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan”. Selain itu juga disebutkan adanya sanksi kepada perseroan yang tidak melaksanakan tanggungjawab sosial yakni pada pasal 3 yang berbunyi “Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-

undangan". Isi yang dinyatakan dalam undang-undang tersebut harus dimaknai sebagai kebutuhan dari perusahaan, bukan sebuah paksaan. Bagaimanapun juga perusahaan harus mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Hasil penelitian yang dilakukan Hadi (2011:65) menunjukkan bahwa biaya sosial yang dikeluarkan perusahaan dalam melaksanakan program CSR memiliki manfaat yaitu meningkatkan legitimasi dan mengurangi komplain *stakeholders*. Selain itu juga dapat meningkatkan *image* atau citra perusahaan. Citra sendiri adalah sebuah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu object, orang atau mengenai suatu lembaga (Alma dan Hurriyati, 2008:55). Program CSR yang menjadikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai dasar implementasinya, diharapkan dapat lebih bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan dari *stakeholders* khususnya bagi masyarakat penerima program CSR perusahaan. Akhirnya program yang dilakukan perusahaan secara tidak langsung dapat memberi dampak positif terhadap citra perusahaan.

Setiap perusahaan perlu memiliki *image* yang baik dimata para *stakeholders*. Reputasi dan *image* positif tersebut menjadi modal non finansial utama dan nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable development*). Hal ini dapat menguatkan anggapan bahwa CSR sebagai investasi sosial yang bermanfaat bagi perusahaan untuk jangka panjang, dimana CSR akan menjadi aset strategis yang dapat digunakan perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif.

PT. PINDAD (Persero) merupakan perusahaan manufaktur Indonesia yang bergerak dalam bidang produk militer dan produk komersial yang melakukan program CSR. PT. PINDAD memiliki perusahaan yang beroperasi di Bandung dan Malang. Sebagai perusahaan BUMN, program CSR yang dilakukan PT. PINDAD (Persero) diberi nama Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) dan *Community Development* (ComDev). Hal ini sesuai dengan keputusan Menteri BUMN Nomor : Kep-236/MBU/2003 juncto Per-05/MBU/2007 yang dikeluarkan tanggal 27 april 2007 mengintrusikan BUMN untuk menyelenggarakan PKBL. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dilaksanakan dengan tujuan memberikan manfaat kepada masyarakat umum khususnya masyarakat di sekitar pabrik.

PT. PINDAD (Persero) berusaha menempatkan masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai bagian penting dan menyatu dengan proses bisnis perusahaan. Bahkan sebelum adanya peraturan perundang-undangan mengenai CSR, PT. PINDAD (Persero) telah terlebih dulu secara aktif berkontribusi bagi masyarakat sekitar. Hal ini dilandasi bahwa kegiatan usaha yang dilakukan bersentuhan langsung dengan masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. Mengingat PT. PINDAD (Persero) Divisi Munisi merupakan perusahaan BUMN yang memproduksi munisi dan beberapa bahan peledak guna keperluan militer, dimana banyak bahan-bahan kimia berbahaya baik bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar. Oleh karena itu, PT. PINDAD (Persero) menjalankan berbagai program sosial dan berupaya menjaga kelestarian lingkungan sebagai wujud kepedulian perusahaan, sehingga diharapkan keberadaan perusahaan selalu

didukung dan diterima oleh masyarakat. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang CSR dalam hubungannya dengan citra perusahaan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana pengaruh variabel dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2) dan Aspek Lingkungan (X3), secara bersama-sama dan parsial terhadap Citra Perusahaan (Y)?
2. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) apakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Citra Perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Guna mengetahui pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2) dan Aspek Lingkungan (X3), secara bersama-sama dan parsial terhadap citra perusahaan.
2. Guna mengetahui variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap citra perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai bahan informasi bagi pembaca mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility*.
 - b. Sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan terkait dalam menentukan strategi dan kebijakan perusahaan khususnya dalam hal *Corporate Social Responsibility*.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi penelitian terdahulu dan diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian dimuat metode penelitian yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari pembahasan data yang diperoleh selama melakukan penelitian yang meliputi penyajian data, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi tentang kesimpulan yang didapat selama melaksanakan penelitian dan saran yang dapat dijadikan masukan bagi perusahaan serta acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu (Kajian Empirik)

1. Rakaykirana (2012)

Penelitian yang dilakukan berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility/CSR* (Tanggungjawab Sosial Perusahaan) terhadap Citra Perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility/CSR* terhadap Citra Perusahaan pada masyarakat di sekitar perusahaan PT. Petrokimia Gresik yaitu warga RT 03 RW 06 Kelurahan Tlogopojok, Kabupaten Gresik. Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar perusahaan PT. Petrokimia Gresik dengan sampel penelitian sebanyak 112 orang responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel CSR yaitu variabel dari *Community Support/ Dukungan terhadap masyarakat*, *Environment/ Lingkungan* dan *Product/ Produk* berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan.

2. Rahmasari (2012)

Penelitian yang dilakukan dengan judul Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan/ *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan. Tujuan penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya perubahan sosial ekonomi masyarakat dan kompetisi bisnis yang semakin ketat, sehingga menuntut adanya inovasi pengelolaan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh tanggungjawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan secara bersama-sama dan secara parsial pada tingkat signifikansi $<0,05$, serta untuk mengetahui variabel dari tanggungjawab sosial yang mempunyai pengaruh dominan terhadap citra perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey dengan metode penelitian *explanatory* dan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan pada warga di Desa Duyungan Kecamatan Sidoharjo Kabupaten Sragen lokasi berdirinya PT. Multiphala Agrinusa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel yang terdiri dari Dukungan terhadap Masyarakat (*Community Support*), Lingkungan (*Environment*) dan Tidak Hanya Beroperasi di Negara Asal (*Non U.S Operations*) secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan hubungan yang signifikan terhadap Citra Perusahaan.

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah para responden mempunyai penilaian yang cukup baik terhadap kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan PT. Multiphala Agrinusa dan perusahaan mendapat citra yang positif di mata masyarakat.

3. Haq (2011)

Penelitian ini berjudul Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Citra. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari *Community Support/ Dukungan terhadap Masyarakat*, *Diversity/ Membedakan*, *Employee Support/ Dukungan Karyawan*, *Environment/ Lingkungan*, *Non-U.S Operations/ Tidak Hanya Beroperasi di Negara Asal*, dan *Product/ Produk baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap citra perusahaan*, serta mengetahui variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap citra perusahaan. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah *explanatory research* serta pendekatan penelitian yang dipakai adalah kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 200 orang yaitu penerima program CSR PT. Unilever Indonesia yang bekerjasama dengan LSM SPeKTRA di 10 kecamatan di Kabupaten Nganjuk. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan responden berjumlah 68 orang. Metode pengumpul data menggunakan kuesioner, analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa keenam variabel berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dan variabel *Diversity/* Membedakan berpengaruh dominan terhadap Citra Perusahaan.

4. Wicaksono (2010)

Penelitian yang dilakukan berjudul Pengaruh Persepsi Implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap *Image* Perusahaan VICO Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *explanatory* yang didukung oleh data primer dan data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Muara Badak di sekitar daerah operasi perusahaan VICO Indonesia dengan sampel sebanyak 100 orang responden. Adapun analisis data menggunakan analisis jalur.

Penelitian ini menggunakan tiga konsep terdiri dari konsep persepsi, konsep implementasi program *corporate social responsibility* dan konsep *image* perusahaan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah masyarakat Muara Badak mempunyai persepsi yang baik pada implementasi program CSR yang berdampak pada *image* perusahaan.

5. Ramadhani (2010)

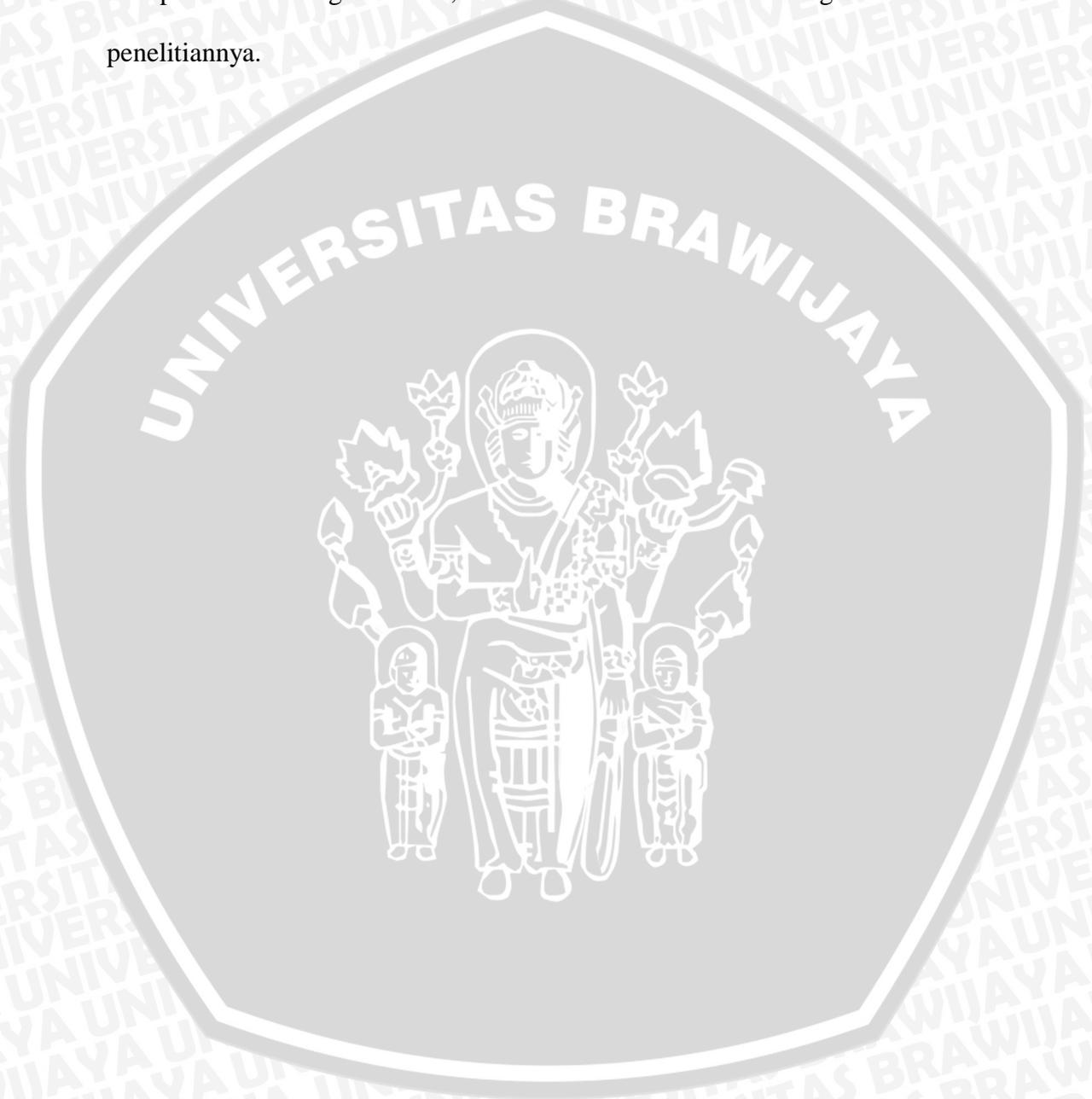
Penelitian yang dilakukan berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*), dengan menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara bersama-sama maupun secara parsial antara CSR terhadap citra perusahaan pada

penduduk lingkungan sekitar PT.H.M.Sampoerna yang berlokasi di Kalirungkut Surabaya. Populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 orang dewasa. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam konsep CSR yang terdiri dari *Community Development* (X1), *Employee Relations* (X2), dan *Product* (X3) secara simultan mempunyai pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap citra perusahaan, dimana variabel *Employee Relations* (X2) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh lebih besar dan dominan terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) dengan nilai koefisien regresi 0.176.

Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu diatas, diantaranya yang pertama, pada penelitian ini mengambil studi kasus pada perusahaan BUMN yang bergerak dalam bidang militer yaitu PT. PINDAD (Persero) Divisi Munisi yang memproduksi amunisi dan bahan-bahan peledak. Kedua, populasi penelitian ini adalah masyarakat penerima program CSR dari PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Malang. Ketiga, variabel CSR dalam penelitian ini terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), Aspek Lingkungan (X3) dan Citra Perusahaan (Y), dimana variabel-variabel tersebut didukung oleh pendapat dari Wahyudi dan Azheri (2008:45). Hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang rata-rata mengambil pendapat dari Sen dan Bhattacharya (2001) yang terdiri dari *Community Support/ Dukungan*

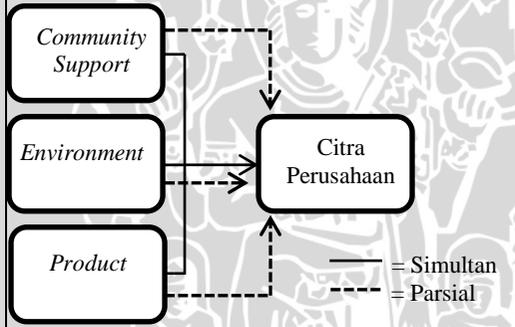
terhadap Masyarakat, *Diversity*/ Membedakan, *Employee Support*/ Dukungan Karyawan, *Environment*/ Lingkungan, *Non-U.S Operations*/ Tidak Hanya Beroperasi di Negara Asal, dan *Product*/ Produk sebagai variabel penelitiannya.



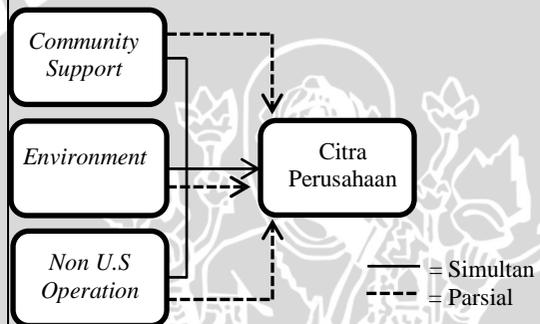
B. Pemetaan Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Pemetaan Penelitian Terdahulu

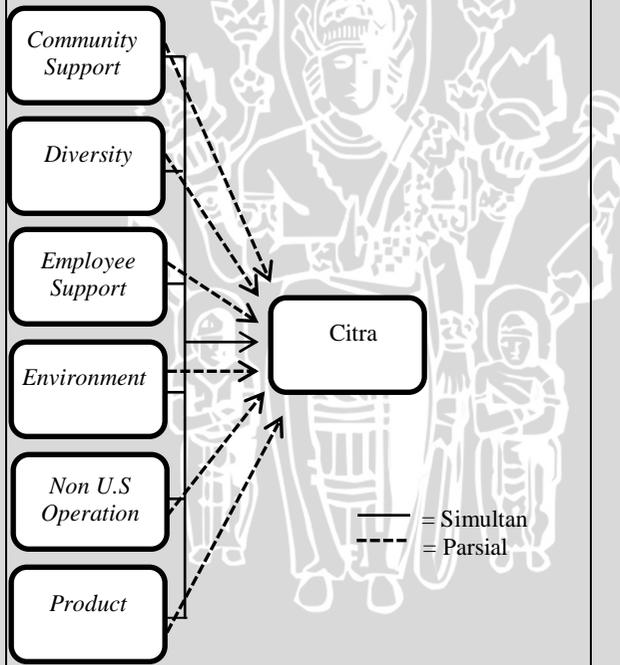
No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel dan Model Hipotesis	Metode Penelitian	Hasil
1	Rakaykirana (2012)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility/</i> CSR (Tanggungjawab Sosial Perusahaan) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Sekitar PT. Petrokimia Gresik, Kecamatan Kabupaten Gresik)	Variabel: a. <i>Community Support</i> (X1) b. <i>Environment</i> (X2) c. <i>Product</i> (X3) d. Citra Perusahaan (Y)	Metode penelitian yang dipakai adalah penelitian penjelasan (<i>explanatory research</i>) dengan pendekatan kuantitatif	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel CSR yaitu variabel dari <i>Community Support/</i> Dukungan terhadap masyarakat, <i>Environment/</i> Lingkungan dan <i>Product/</i> Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan



No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel dan Model Hipotesis	Metode Penelitian	Hasil
2	Rahmasari (2012)	Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan/ <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Warga Desa Duyungan, Kabupaten Sragen, Provinsi Jawa Tengah)	Variabel: a. <i>Community Support</i> (X1) b. <i>Environment</i> (X2) c. <i>Non U.S Operation</i> (X3) d. Citra Perusahaan (Y)	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian <i>survey</i> dengan metode penelitian <i>explanatory</i> dan pendekatan kuantitatif	Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel yang terdiri dari Dukungan terhadap Masyarakat (<i>Community Support</i>), Lingkungan (<i>Environment</i>) dan Tidak Hanya Beroperasi di Negara Asal (<i>Non U.S Operations</i>) secara bersama-sama dan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan hubungan yang signifikan terhadap Citra Perusahaan.



No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel dan Model Hipotesis	Metode Penelitian	Hasil
3	Haq (2011)	Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Citra (Survei Penerima <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Unilever Indonesia Bekerjasama dengan LSM SPeKTRA dalam bentuk Gerakan Sikat Gigi Pagi Malam di 10 Kecamatan, Kabupaten Nganjuk)	Variabel: a. <i>Community Support</i> (X1) b. <i>Diversity</i> (X2) c. <i>Employee Support</i> (X3) d. <i>Environment</i> (X4) e. <i>Non U.S Operations</i> (X5) f. <i>Product</i> (X6) g. Citra (Y)	Jenis penelitian yang digunakan adalah <i>explanatory research</i> serta metode penelitian yang dipakai kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa keenam variabel yang terdiri dari <i>Community Support/ Dukungan terhadap Masyarakat, Diversity/ Membedakan, Employee Support/ Dukungan Karyawan, Environment/ Lingkungan, Non-U.S Operations/ Tidak Hanya Beroperasi di Negara Asal, dan Product/ Produk berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan dan variabel <i>Diversity/ Membedakan berpengaruh dominan terhadap Citra Perusahaan</i></i>



No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel dan Model Hipotesis	Metode Penelitian	Hasil
4	Wicaksono (2010)	Pengaruh Persepsi Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Image</i> Perusahaan VICO Indonesia (Survei pada Masyarakat Muara Badak, Kalimantan Timur)	Variabel: <ol style="list-style-type: none"> Persepsi (Perhatian, Pemahaman dan Ingatan) (X) Implementasi CSR (Z) <i>Image</i> Perusahaan (Y) 	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian <i>explanatory</i> yang didukung oleh data primer dan data sekunder	Hasil penelitian ini adalah masyarakat Muara Badak mempunyai persepsi yang baik pada implementasi program CSR yang berdampak pada <i>image</i> perusahaan
5	Ramadhani (2010)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Karyawan yang Bertempat Tinggal di Lingkungan Sekitar PT. H.M Sampoerna Surabaya)	Variabel: <ol style="list-style-type: none"> <i>Community Development</i> (X1) <i>Employee Relations</i> (X2) <i>Product</i> (X3) Citra Perusahaan (Y) 	Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian penjelasan (<i>explanatory research</i>), dengan menggunakan data primer dan sekunder	Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel-variabel dalam konsep CSR secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan, dimana variabel <i>Employee Relations</i> (X2) merupakan variabel yang mempunyai pengaruh lebih besar dan dominan terhadap variabel Citra Perusahaan (Y) dengan nilai koefisien regresi 0.176

C. Kajian Teoritis

1. *Corporate Social Responsibility*

a. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Telah banyak definisi CSR yang dikemukakan oleh para ahli. *Corporate social responsibility* dalam literatur etika bisnis di Amerika Serikat dikenal dengan istilah *social responsibility of corporations*. Seperti yang dijelaskan oleh Bartens (2000:289), sebenarnya *corporation* berasal dari bahasa latin yakni *corpus/corpora* yang berarti badan, dan jika diartikan lebih luas maka menjadi “badan hukum”. Di Indonesia *corporation* atau korporasi biasa langsung dipahami sebagai sebuah perusahaan terutama perusahaan yang besar. Sejarah perkembangan istilah korporasi pada zaman Kekaisaran Roma, mulanya korporasi atau perusahaan didirikan untuk melayani kepentingan umum (*not for profit*), namun dalam perkembangannya perusahaan justru bertujuan untuk mencapai keuntungan semaksimal mungkin (*for profit*).

Perbedaan pandangan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah memunculkan banyak definisi. Menurut Wibisono (2007:8) mendefinisikan CSR sebagai tanggungjawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Lebih lanjut menurut *The World Business Council For Sustainable Development* dalam Kodrat (2009:261)

mendefinisikan “*CSR is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well of the local community and society at large*”.

Nuriman (2013) seorang praktisi CSR, menegaskan bahwa tujuan CSR adalah pemberdayaan dan kemandirian suatu kelompok dalam masyarakat yang akan menciptakan pembangunan berkelanjutan. Menurut Nuriman (2013), bicara mengenai CSR bukan sekedar masalah bantuan dalam bentuk materi, namun yang lebih utama adalah dialog dan tatap muka dengan kelompok binaan perusahaan, dimana dalam dialog dan tatap muka akan menyerap aspirasi, kompetensi dan kebutuhan dari kelompok binaan tersebut. Hasil dari serapan inilah yang akan disusun menjadi berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan utama CSR.

Banyak kalangan belum memiliki definisi yang seragam mengenai CSR, baik dari kalangan akademis maupun praktisi, meskipun diantaranya banyak terdapat esensi yang sama. CSR merupakan bentuk komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi positif mengenai pemberdayaan dan kemandirian yang akan menciptakan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. Beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas, mengandung arti bahwa program CSR yang dijalankan sebagai sebuah tanggungjawab perusahaan kepada *stakeholder*, dimana haruslah terjadi sebuah *win-win solution* yakni pelaksanaan CSR tidak hanya menguntungkan perusahaan tetapi

juga harus mensejahterakan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut berada.

b. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Saat ini CSR sudah menjadi bagian dari operasi bisnis suatu perusahaan dan tidak lagi dipandang sebagai suatu beban melainkan menjadi salah satu cara perusahaan dalam mencapai tujuannya. CSR diyakini turut membantu pemerintah dalam hal mensejahterakan masyarakat. Keadaan masyarakat sekitar yang sejahtera, maka perusahaan pun akan menerima manfaatnya yakni dapat menunjang eksistensi perusahaan tersebut dan meminimalisir adanya konflik dengan masyarakat.

Saat ini indikator keberhasilan suatu perusahaan salah satunya dilihat dari adanya perhatian perusahaan terhadap lingkungan sosial sekitar. Kesuksesan suatu perusahaan harus diimbangi dengan bagaimana perusahaan dapat bertanggungjawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan beroperasi, sehingga akan tercipta hubungan mutualisme diantara kedua pihak tersebut. Salah satu konsep tentang CSR seperti yang disebutkan oleh Rudito dan Famiola (2013:105) bahwa:

Corporate sosial responsibility sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Selanjutnya konsep CSR yang dikemukakan oleh Kodrat (2009:261) dapat dilihat dari dua sudut pandang yang berbeda. Konsep pertama menyatakan bahwa tujuan utama berdirinya perusahaan adalah memperoleh laba semaksimal mungkin dan CSR menjadi alat untuk mencapai tujuan tersebut. Pernyataan ini didukung oleh The Philanthropic Way dalam Kodrat (2009:261) yang menyatakan “*business make profit and donate a share of it to charitable causes*”. Artinya bahwa CSR merupakan bagian dari operasi bisnis bukan merupakan tujuan dari perusahaan. Konsep kedua menyatakan tujuan dari perusahaan adalah mencari *profit*, mensejahterakan orang dan turut andil dalam menjaga lingkungan. Pendekatan kedua ini diwakili oleh The Business Way dalam Kodrat (2009:261) yang menjelaskan “*operate core business in a social responsible way, complemented by investment communities for solid business case reasons*”. Penerapan konsep ini di negara Uni Eropa mengacu pada definisi dari Global Compact Initiative yang dikenal dengan konsep 3P (*People, Profit, dan Planet*).

Secara teoritis tanggungjawab yang berkaitan dengan perusahaan dihadapkan pada dua pemaknaan yaitu :

- 1) Konsep Tanggungjawab dalam Makna *Responsibility*

Menurut Burhanuddin dalam Wahyudi dan Azheri (2008:2) menyatakan bahwa “*responsibility is having the character of a free moral agent; capable of determining one’s acts; capable deterred by consideration of sanction or*

consequences". Konsep ini mengartikan bahwa *responsibility* lebih menekankan pada suatu perbuatan yang dilakukan secara sadar dan siap menanggung konsekuensi dari sisi moral.

2) Tanggungjawab dalam Makna *Liability*

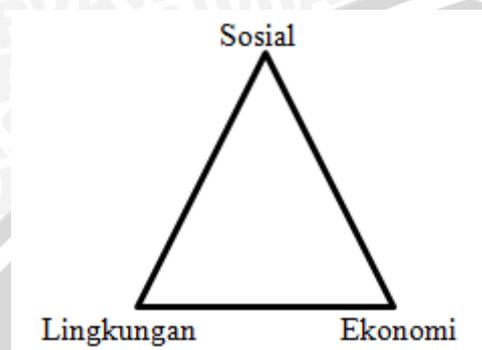
Menurut Pinto dalam Wahyudi dan Azheri (2008:4), *liability* menunjukkan kepada akibat yang timbul dari akibat kegagalan untuk memenuhi standar tersebut, sedangkan bentuk tanggungjawabnya didasarkan pada aturan hukum dan diwujudkan dalam bentuk ganti rugi dan pemulihan sebagai akibat dari terjadinya kerusakan atau kerugian.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perbedaan antara makna *responsibility* dengan makna *liability* terletak pada sumber pengaturannya. *Responsibility* belum terdapat pengaturan secara eksplisit dalam norma hukum, sedangkan *liability* sudah terdapat pengaturan dalam norma hukum.

c. **Model *Corporate Social Responsibility***

Konsep *triple bottom lines* pertama kali diperkenalkan oleh John Elkington melalui bukunya "*Cannibals with Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*" pada tahun 1997. Konsep tersebut memandang bahwa jika suatu perusahaan ingin tetap berjalan dan berkembang maka perlu memperhatikan 3P yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet*. Perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom lines* yakni *profit* perusahaan, tetapi juga

harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan. Hubungan ketiga aspek tersebut dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 1. Ilustrasi Hubungan 3P

Sumber : Wibisono (2007:32)

1) *Profit* (Keuntungan)

Pada kenyataannya perusahaan didirikan untuk mencari keuntungan (*profit*) yang merupakan unsur terpenting dan menjadi fokus dari setiap kegiatan usaha yang dijalankan perusahaan. Wibisono (2007:33) menjelaskan pada hakikatnya *profit* adalah tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Tetapi dengan menganut konsep *triple bottom lines* perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada *shareholders* saja dengan mendatangkan keuntungan sebesar-besarnya. Namun perusahaan juga harus menyadari baik langsung maupun tidak langsung *profit* yang diperoleh tidak terlepas dari dukungan *stakeholders*. Maka sudah selayaknya jika perusahaan

menyisihkan sedikit keuntungannya bagi kepentingan *stakeholders*.

2) *People* (Masyarakat)

Masyarakat merupakan salah satu bagian *stakeholder* yang mempunyai andil cukup besar terhadap keberadaan perusahaan. Tidak bisa dihindari bahwa setiap kegiatan operasional suatu perusahaan berpotensi memberikan dampak, baik positif maupun negatif terhadap masyarakat sekitar. Bila dilihat dari tren dunia usaha yang akan berkembang kedepan, seperti yang dijelaskan oleh Wahyudi dan Azheri (2008:137) dalam bukunya bahwa terjadi pemikiran baru mengenai paradigma yang meyakini kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin *value* suatu perusahaan untuk tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan (*sustainable*). Kelangsungan dan perkembangan perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial. Akibat dari diabaikannya dimensi sosial ini adalah munculnya resistensi masyarakat dan pihak lain yang terkait terhadap perusahaan, sehingga menimbulkan kondisi yang tidak kondusif dalam aktivitas bisnis perusahaan tersebut.

3) *Planet* (Lingkungan)

Lingkungan menjadi aspek ketiga yang tidak kalah penting dari dua aspek di atas. Lingkungan adalah segala

sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan manusia. Terjadi hubungan kausalitas/ sebab akibat antara manusia dengan lingkungan. Secara sederhana dapat dijabarkan jika merawat lingkungan dengan baik maka lingkungan akan memberikan manfaat yang besar kepada manusia. Begitu sebaliknya, kurangnya kepedulian terhadap lingkungan akan dapat menimbulkan bermacam penyakit, bencana alam ataupun kerusakan alam lainnya yang harus ditanggung oleh manusia. Sudah menjadi hak setiap manusia atas lingkungan hidup yang baik dan sehat seperti yang tercantum dalam pembukaan UUD 1945 dan pemerintah telah mengatur secara lengkap pada UU nomor 23 tahun 1997 tentang Lingkungan Hidup.

Bila dirinci lebih lanjut dari ketiga aspek *triple bottom lines*, maka ketiga aspek tersebut dapat diwujudkan dalam kegiatan-kegiatan sosial, ekonomi dan lingkungan seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. Kegiatan *Corporate Social Responsibility*

No	Aspek	Muatan
1	Sosial	Pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, penguatan kelembagaan (secara internal termasuk kesejahteraan karyawan), kesejahteraan sosial, olah raga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan dan sebagainya.
2	Ekonomi	Kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro dan menengah (KUB/UMKM), agrobisnis, pembukaan lapangan kerja, infrastruktur ekonomi, dan usaha produktif lain.

No	Aspek	Muatan
3	Lingkungan	Penghijauan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, serta penggunaan produksi dan energi secara efisien.

(Wahyudi dan Azheri, 2008:45)

Isu utama dari konsep CSR adalah komitmen perusahaan untuk secara aktif berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan sehingga akan tercipta sebuah keseimbangan antara pelaku usaha, masyarakat dan alam. Perusahaan dituntut untuk dapat beretika dan bertanggungjawab dalam menjalankan usahanya. Ketiga aspek tersebut saling terkait satu dengan yang lainnya, apabila salah satu aspek ditinggalkan maka akan terjadi ketidakseimbangan dan menimbulkan berbagai dampak sosial, ekonomi atau lingkungan.

Pendapat lain yaitu menurut Rudito dan Famiola (2013:108), kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada konteks tanggungjawab sosial dapat dikategorikan dalam tiga bentuk, yaitu:

1) *Public relations*

Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga tertanam dalam *image* masyarakat bahwa perusahaan tersebut banyak melakukan kegiatan sosial. Kegiatan ini lebih mengarah pada menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat.

2) Strategi defensif

Usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna menangkis anggapan negatif masyarakat yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan dan biasanya untuk melawan serangan negatif dari komunitas atau masyarakat yang sudah terlanjur berkembang.

3) Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik sesuai visi perusahaan

Melakukan program kegiatan untuk kebutuhan masyarakat atau komunitas sekitar dengan tidak mengambil suatu keuntungan secara materiil tetapi berusaha untuk menanamkan kesan baik terhadap masyarakat atau komunitas. Kegiatan *social reponsibility* perusahaan didorong oleh kebudayaan yang berlaku di perusahaan, sehingga secara otomatis dalam kegiatan *social responsibility* sudah tersirat etika dari perusahaan tersebut.

Kotler dan Lee dalam Kartini (2013:63) menyebutkan enam pilihan kategori aktivitas CSR yang dapat dilaksanakan oleh perusahaan sebagai upaya mewujudkan komitmen perusahaan di bidang CSR, enam kategori tersebut adalah:

1) Promosi kegiatan sosial (*Cause promotion*)

Perusahaan berkontribusi menyediakan dana atau sumber daya lain yang dimiliki guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial.

2) Pemasaran terkait kegiatan sosial (*Cause related marketing*)

Bentuk komitmen perusahaan dengan menyumbangkan beberapa persen dari penghasilan yang diterima untuk suatu kegiatan sosial berdasar besarnya penjualan produk.

3) Pemasaran kemasyarakatan korporat (*Corporate societal marketing*)

Salah satu aktivitas CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4) Kegiatan filantropi perusahaan (*Corporate philanthropy*)

Perusahaan memberikan sumbangan langsung kepada masyarakat, seperti pemberian uang secara tunai, bingkisan atau paket bantuan.

5) Pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela (*Community volunteering*)

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan maupun mitra bisnisnya agar ikut serta secara sukarela

membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal ataupun yang menjadi sasaran program lainnya.

6) Praktik bisnis yang memiliki tanggungjawab sosial (*Socially responsible business practice*)

Inisiatif perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memelihara lingkungan hidup.

Kesadaran perusahaan akan pentingnya CSR dan setelah adanya kebijakan pemerintah melalui undang-undang no 40 tahun 2007 mengenai kewajiban tanggungjawab sosial perusahaan, membuat perusahaan untuk dapat memahami dan mengidentifikasi kegiatan *corporate social responsibility* mana yang tepat dan mampu dijalankan sesuai kemampuan dan daya yang dimiliki oleh perusahaan. Wahyudi dan Azheri (2008:62) secara ringkas menyebutkan bentuk implementasi dari *corporate social responsibility* yang digolongkan dalam empat bentuk, yaitu:

- 1) Pengelolaan lingkungan kerja secara baik. Termasuk di dalamnya penyediaan lingkungan yang aman dan nyaman, sistem kompensasi yang layak dan perhatian terhadap kesejahteraan karyawan dan keluarganya.
- 2) Kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Kemitraan ini diwujudkan secara umum dalam program *community development* untuk membantu peningkatan kesejahteraan umum masyarakat setempat dalam kurun waktu yang cukup panjang. Melalui program ini, diharapkan masyarakat akan menerima manfaat keberadaan

perusahaan yang digunakan untuk menopang kemandiriannya bahkan setelah perusahaan berhenti beroperasi.

- 3) Penanganan kelestarian lingkungan, kegiatan ini dimulai dari lingkungan perusahaan sendiri, termasuk melakukan penghematan penggunaan listrik, air, kertas, dan lain sebagainya sampai penanganan limbah akibat kegiatan perusahaan, agar tidak mencemari lingkungan sekitar kantor, pabrik dan atau lahan.
- 4) Investasi sosial yang sering diartikan secara sempit sebagai “kegiatan amal perusahaan”. Makna sesungguhnya adalah perusahaan memberi dukungan finansial dan non-finansial terhadap kegiatan sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh kelompok/ organisasi lain yang pada akhirnya akan menunjang kegiatan bisnis perusahaan, karena perusahaan melalui investasi sosial akan dapat menuai citra yang positif (*corporate image*).

d. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Program CSR yang mampu dikelola dengan baik oleh perusahaan dapat menjadikannya sebagai investasi sosial yang bermanfaat bagi perusahaan untuk jangka panjang. CSR berguna sebagai ruang dialog antar pelaku usaha dengan masyarakat/ komunitas sehingga dapat terjadi hubungan simbiosis mutualisme antara perusahaan dengan masyarakat/ komunitas tersebut. Menurut Untung (2008:6) manfaat tanggungjawab sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- 3) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- 4) Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
- 5) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 6) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- 7) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
- 8) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 9) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 10) Peluang mendapatkan penghargaan.

Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh majalah SWA dalam Wahyudi dan Azheri (2008:125) atas 45 perusahaan di Indonesia yang dilaksanakan pada tahun 2005 dan berlangsung selama tujuh bulan (Juni-Desember) menghasilkan bahwa 37,38% program CSR dapat memelihara dan meningkatkan citra perusahaan. Berikut tabel lengkap hasil penelitian tersebut :

Tabel 3. Manfaat Pelaksanaan Program CSR Bagi Perusahaan

Manfaat Pelaksanaan Program CSR Bagi Perusahaan	Prosentase
Memelihara dan meningkatkan citra perusahaan	37,38%
Hubungan yang baik dengan masyarakat	16,82%
Mendukung operasional perusahaan	10,28%
Sarana aktualisasi perusahaan dan karyawannya	8,88%
Memperoleh bahan baku dan alat-alat untuk produksi perusahaan	7,48%
Mengurangi gangguan masyarakat pada operasional perusahaan	5,61%
Lainnya	13,5%

Sumber : Riset majalah SWA tahun 2005 (dalam Wahyudi dan Azheri, 2008:125)

Susanto (2009:14) menjelaskan berbagai manfaat dapat diperoleh perusahaan melalui aktivitas CSR yaitu : Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang melakukan tanggungjawab sosial secara konsisten akan mendapatkan dukungan dari masyarakat/ komunitas yang telah merasakan manfaat dari aktivitas sosial tersebut. Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis, seperti misalnya perusahaan

diterpa kabar miring atau ketika perusahaan melakukan suatu kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya. Ketiga, karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki citra yang baik yang secara konsisten melakukan upaya-upaya meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar. Kebanggaan ini akan melahirkan loyalitas karyawan dan pada akhirnya terjadi peningkatan kinerja dan produktifitas.

Keempat, CSR mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*, dimana perusahaan memperlihatkan kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan perusahaan. Kelima, meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset Roper Search Worldwide, yaitu bahwa konsumen lebih condong menyukai produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang mempunyai reputasi baik dengan konsisten menjalankan tanggungjawab sosial. Terakhir yang keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggungjawab sosialnya.

Perusahaan diharapkan berkomitmen dengan tanggungjawab sosial yang sudah menjadi kewajibannya dan berorientasi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Banyaknya manfaat positif yang didapat perusahaan

pada saat melaksanakan program CSR, sudah semestinya setiap pembuatan kebijakan, program dan praktek perusahaan melandaskan tiga elemen CSR sebagai dasar (*Profit, People, dan Planet*).

2. Citra

a. Definisi Citra

Terdapat beberapa definisi citra yang dikeluarkan para ahli, diantaranya menurut Canton dalam Soemirat dan Ardianto (2003:11) bahwa citra adalah “*the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization*”. Selanjutnya menurut Oliver (2007:50) citra merupakan “suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imaginasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi dan sebagainya”. Proses terbentuknya citra ini dimulai dengan manusia akan memproses stimulus yang ditangkap oleh panca indera berdasarkan pengetahuan yang dimiliki sebelumnya dan kemudian menafsirkannya sebagai sebuah persepsi.

b. Citra Perusahaan

Berbicara mengenai *Corporate Social Responsibility* tidak terlepas dengan citra yang akan didapat perusahaan, baik positif maupun negatif. Bila perusahaan telah memenuhi segala bentuk tanggungjawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan maka akan mendapat citra yang baik dari masyarakat. Citra yang baik mutlak bagi perusahaan yang ingin tetap hidup dan berkembang kegiatan bisnisnya, oleh karenanya perusahaan

rela mengeluarkan biaya ekstra untuk program CSR demi mendapatkan citra yang baik. Menurut Jefkins (2004:22) citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan terbentuk dari banyak hal, seperti:

- 1) Sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang,
- 2) Keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan,
- 3) Kualitas produk,
- 4) Keberhasilan ekspor,
- 5) Hubungan industri yang baik,
- 6) Reputasi sebagai pencipta lapangan kerja,
- 7) Kesiediaan turut memikul tanggung jawab sosial,
- 8) Komitmen mengadakan riset.

Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya yang dapat datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staff perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan tersendiri terhadap perusahaan.

c. Jenis Citra

Jefkins dalam Jefkins dan Yadin (2004:20) menjelaskan jenis-jenis citra yang dibagi menjadi lima, yaitu :

- 1) Citra bayangan (*mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam (internal) mengenai pandangan pihak luar (eksternal) terhadap organisasinya. Citra ini sekedar ilusi dan seringkali tidak tepat, disebabkan dari tidak memadainya informasi,

pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan dalam organisasi tersebut.

2) Citra yang berlaku (*current image*)

Suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi, semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang serba terbatas. Citra ini sepenuhnya ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh mereka yang mempercayainya.

3) Citra yang diharapkan (*wish image*)

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen, dimana pihak manajemen mengharapkan citra yang akan didapat terhadap keberadaan organisasinya. Citra ini biasanya tidak sama dengan citra sebenarnya dan cenderung lebih menyenangkan daripada kenyataannya.

4) Citra perusahaan (*corporate image*)

Citra dari suatu organisasi secara menyeluruh, adapun faktor-faktor pembentuk citra tersebut antara lain : sejarah hidup perusahaan, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dan kesediaan turut bertanggungjawab secara sosial.

5) Citra majemuk (*multiple image*)

Citra ini terbentuk dari banyaknya jumlah pegawai, cabang atau perwakilan dari sebuah organisasi yang dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi secara keseluruhan. Oleh karenanya organisasi membuat identitas perusahaan seperti seragam bagi pegawai, menyamakan jenis dan warna mobil dinas, bentuk bangunan dan tata letak interior yang khas, dan penempatan logo organisasi.

d. Manfaat Citra

Citra perusahaan terbentuk dari asosiasi antara perusahaan dengan sekumpulan atribut positif maupun negatif, seperti misalnya perusahaan diasosiasikan dengan atribut perusahaan yang mempunyai kualitas produk yang baik, namun memiliki pelayanan yang kurang. Ketika diperlihatkan simbol perusahaan berupa logo, nama, atau ucapan yang mengarah ke perusahaan, maka dengan sendirinya terjadi proses psikologis yang akan mengasosiasikan dengan atribut-atribut tertentu untuk memberi makna perusahaan positif atau negatif. Citra yang baik dapat memberi manfaat bagi perusahaan, antara lain :

- 1) Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan. Kebanggaan ini pada akhirnya akan menghasilkan loyalitas sehingga para karyawan lebih termotivasi untuk bekerja lebih

keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktifitas.

- 2) Perusahaan dengan citra dan reputasi yang baik akan mampu menarik dan mempertahankan karyawan dengan bakat-bakat terbaik pula.
- 3) Hasil riset dari Roper Search Worldwide menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang memiliki citra positif, sehingga dapat meningkatkan penjualan.
- 4) Mampu menarik pelanggan serta mitra bisnis yang loyal, sehingga akan berkontribusi bagi pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan secara finansial. (Susanto, 2009:19).

D. Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Citra Perusahaan

Kartini (2013:88) menyebutkan *reward* dari pelaksanaan CSR yang bersifat non finansial bagi perusahaan adalah memperkuat reputasi perusahaan. Reputasi sendiri merupakan akumulasi dari *corporate image/* citra perusahaan. Terdapat 5 elemen yang membantu proses memperkuat reputasi perusahaan, yaitu:

- 1) Kepercayaan

Perlunya membangun kepercayaan dengan *stakeholders*, maka diperlukan prinsip-prinsip kode etik, transparansi, keterbukaan, proses bisnis yang beretika dan mekanisme audit yang dilakukan perusahaan agar kepercayaan yang diperoleh dapat menjadi strategi bisnis yang berkesinambungan.

2) Kredibilitas

Reputasi perusahaan akan semakin berkembang melalui kerja keras dalam menjaga serta meningkatkan kredibilitas yang mencakup kredibilitas finansial, sosial, lingkungan, pengetahuan, kompetensi dan kepemimpinan.

3) *Responsibility*

Responsibility memiliki arti tanggungjawab akan dilihat sebagai suatu sikap yang sangat penting guna memperkuat reputasi perusahaan. Bertanggungjawab atas dampak yang disebabkan oleh perusahaan menjadi bagian sistematis yang harus dilaksanakan tanpa syarat apapun.

4) Akuntabilitas

Akuntabilitas berorientasi untuk memperkuat reputasi perusahaan dengan cara secara rutin memberikan pelaporan aktivitas CSR kepada para *stakeholders* dan bersifat dua arah, sehingga aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan bisa terukur, rasional dan tepat sesuai komitmen yang telah disepakati antara perusahaan dengan *stakeholders*.

5) Mengelola resiko bisnis secara lebih tanggap dan terperinci

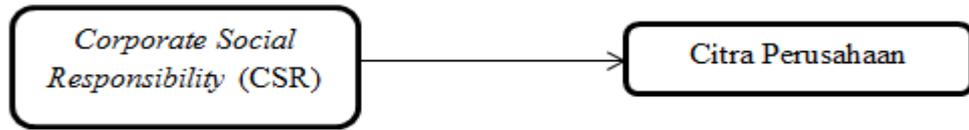
Reputasi perusahaan menyangkut anggapan bahwa setiap resiko suatu bisnis akan dikelola lebih tanggap, detail dan presisi. Hal ini ditujukan untuk menghasilkan *profit* yang telah ditargetkan, manajemen yang handal dan menciptakan bisnis berkelanjutan, karena perusahaan dinilai sukses dan optimal apabila mengelola resiko bisnisnya dengan baik.

Corporate social responsibility dan citra memiliki hubungan yang saling terkait karena dampak dari kegiatan CSR dapat membentuk citra positif bagi perusahaan, seperti yang ditunjukkan dari riset majalah SWA dalam Wahyudi dan Azheri (2008:125) atas 45 perusahaan menghasilkan bahwa 37,38 program CSR dapat memelihara dan meningkatkan citra perusahaan yang tentu saja untuk mendapatkan citra positif perusahaan harus mampu menjalankan program CSR dengan baik dan tepat sasaran agar tenaga dan dana yang dikeluarkan tidak menjadi sia-sia. Selain itu, citra yang baik dapat meningkatkan penjualan seperti ditunjukkan dari riset yang dilakukan Roper Search Worldwide dalam Susanto (2009:2) bahwa 75% responden memberikan nilai lebih kepada produk atau jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberikan kontribusi nyata melakukan program pengembangan kepada komunitas dan sekitar 66% responden siap berganti merek kepada merek perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif.

E. Model Konsep dan Model Hipotesis

1. Model Konsep

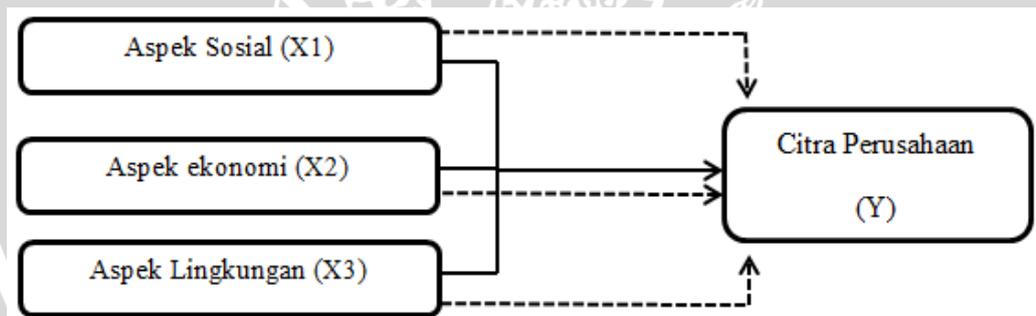
Seperti di jelaskan oleh Sanusi (2011:3) konsep adalah abstraksi dari fenomena yang disusun berdasarkan generalisasi atas ide-ide, simbol-simbol, karakteristik suatu peristiwa atau kejadian tertentu dengan nama yang diambil dari bahasa sehari-hari. Melalui konsep, fenomena-fenomena kompleks dapat disederhanakan pemikirannya dengan menggunakan satu istilah. Konsep sama artinya dengan memberikan istilah dan definisi terhadap suatu kejadian atau peristiwa yang terjadi. Adapun model konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Model Konsep

2. Model Hipotesis

Menurut Suliyanto (2006:53) hipotesis berasal dari kata *hipo* yang berarti lemah dan *tesis* yang berarti pernyataan. Maka hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui riset. Dikatakan jawaban sementara karena hipotesis pada dasarnya adalah jawaban dari permasalahan yang terdapat dalam rumusan masalah dan memerlukan pengujian terlebih dahulu. Model hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



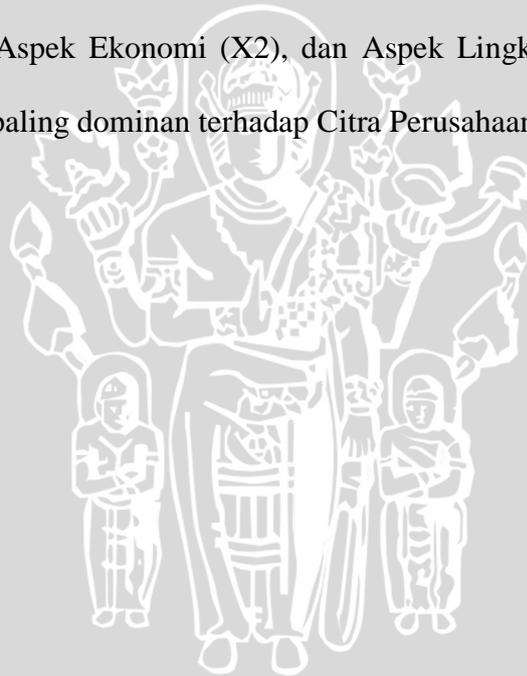
Gambar 3. Model Hipotesis

Keterangan :
 ————— Simultan
 - - - - - Parsial



Rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- a. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3), berpengaruh secara bersama-sama terhadap Citra Perusahaan (Y).
- b. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3), berpengaruh secara parsial terhadap Citra Perusahaan (Y).
- c. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3), yang berpengaruh paling dominan terhadap Citra Perusahaan (Y).



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Pendekatan kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau bilangan (Suliyanto, 2006:12), sedangkan survei menurut Sanusi (2011:105) adalah cara pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Diharapkan dengan metode survei, dapat diperoleh fakta-fakta baru yang tidak dapat ditemukan menggunakan metode lain. Metode ini menggunakan alat bantu berupa kuesioner sebagai alat pengumpul data. Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang menurut Hasan (2009:9) penelitian penjelasan adalah jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Pengumpulan data melalui kuesioner seringkali tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun dengan cermat sebelumnya. Berikut keuntungan riset dengan menggunakan kuesioner menurut Arikunto (1998) dalam Suliyanto (2006:142) adalah:

- Tidak memerlukan kehadiran peneliti
- Dapat dibagikan serentak
- Dapat dijawab oleh responden sesuai waktu yang ada
- Dapat dibuat anonim (tanpa mengisi identitas diri responden)
- Kuesioner dapat dibuat standar

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar perusahaan PT. PINDAD (Persero) yang berlokasi di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang. Pertimbangan pemilihan lokasi tersebut adalah PT. PINDAD (Persero) Divisi Munisi merupakan perusahaan BUMN yang memproduksi amunisi untuk keperluan militer, dimana banyak bahan-bahan kimia berbahaya baik bagi masyarakat maupun lingkungan sekitar khususnya yang berada di Kelurahan Sedayu yang secara langsung terkena dampak terhadap beroperasinya perusahaan. Oleh karenanya diperlukan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga perusahaan mendapatkan kepercayaan penuh dari masyarakat yang akan memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep Penelitian

Menurut Sanusi (2011:3) konsep adalah abstraksi dari fenomena yang disusun berdasarkan generalisasi atas ide-ide, simbol-simbol, karakteristik suatu peristiwa atau kejadian tertentu dengan nama yang diambil dari bahasa sehari-hari. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. *Corporate social responsibility* merupakan bentuk sikap peduli, etis dan tanggung jawab perusahaan atas hak dan kepentingan *stakeholders*, sehingga akan tercipta hubungan mutualisme diantara kedua pihak.
- b. Citra perusahaan adalah imbalan yang didapat selama perusahaan melaksanakan program CSR. Citra perusahaan merupakan kesan yang

diketahui dan dipikirkan seseorang atau kelompok terhadap sebuah perusahaan.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2005:38) pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Hatch dan Farhady juga mendefinisikan variabel sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2004:31).

3. Definisi Operasional

a. Aspek Sosial (X1)

PT. PINDAD (Persero) secara aktif memberi dukungan dalam kegiatan sosial yang memberikan manfaat positif terhadap masyarakat luas berupa dukungan terhadap bidang pendidikan, bidang keagamaan, bidang kesehatan, bidang kesenian dan bidang olahraga.

b. Aspek Ekonomi (X2)

PT. PINDAD berkomitmen membantu mensejahterakan perekonomian masyarakat melalui Program Kemitraan dengan melakukan pembinaan terhadap UKM (termasuk peminjaman modal), pembangunan infrastruktur penunjang ekonomi dan membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar.

c. Aspek Lingkungan (X3)

PT. PINDAD (Persero) mampu menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan turut menyediakan sarana-sarana dalam menjaga lingkungan sekitar dan dapat mengelola limbah dan polusi dengan baik.

d. Citra (Y)

Citra Perusahaan adalah kesan dan pandangan seseorang atau masyarakat secara luas terhadap PT. PINDAD (Persero) akibat dari keberadaan perusahaan.

Tabel 4. Konsep, Variabel, Indikator dan Item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Aspek Sosial (X1)	Kepedulian sosial perusahaan kepada masyarakat	1. Dukungan terhadap bidang pendidikan 2. Dukungan terhadap bidang keagamaan 3. Dukungan terhadap bidang kesehatan 4. Dukungan terhadap bidang kesenian dan olahraga
	Aspek Ekonomi (X2)	Dukungan terhadap bidang ekonomi	1. Pemberian bantuan modal kepada UKM 2. Pembinaan UKM mitra binaan 3. Memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat sekitar
		Dukungan terhadap infrastruktur	4. Bantuan pembangunan infrastruktur
	Aspek Lingkungan (X3)	Lingkungan yang aman dan sehat	1. Menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan menyediakan sarana-sarana kebersihan 2. Program penghijauan di sekitar perusahaan

Konsep	Variabel	Indikator	Item
		Pengelolaan limbah dan polusi	3. Pengelolaan limbah industri yang baik 4. Pengelolaan polusi udara yang baik
Citra	Citra Perusahaan (Y)	Kesan masyarakat	1. Kesan baik masyarakat terhadap keberadaan perusahaan 2. Perusahaan memiliki kepedulian sosial yang tinggi kepada masyarakat 3. Perusahaan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain 4. Perusahaan memiliki citra yang baik

4. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert yang menurut Sanusi (2011:59) skala Likert didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur, dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan. Agar mudah untuk dianalisis, maka jawaban dari kuesioner dapat diberi skor sebagai berikut:

- a. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Jawaban Setuju (S) diberi skor 4
- c. Jawaban Ragu-Ragu (RR) diberi skor 3
- d. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Responden kemudian diminta untuk memberi tanggapan atas pernyataan dengan cara memilih salah satu dari lima jawaban yang telah tersedia.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2005:90) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Setelah dilakukan survei pendahuluan, populasi dalam penelitian ini diambil dari beberapa Rukun Warga (RW) yang terdapat di Kelurahan Sedayu yaitu RW 01, RW 04 dan RW 05 yang merupakan wilayah dari masyarakat penerima program CSR PT. PINDAD (Persero). Setelah dilakukan survei diketahui jumlah yang terdaftar pada Kartu Keluarga adalah 814 KK.

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2005:91) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Adapun teknik yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*, yaitu teknik yang digunakan jika populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2005:93). Penentuan ukuran sampel penelitian

dihitung menggunakan rumus *Slovin*, seperti disebutkan dalam buku Sanusi (2011:101) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N\alpha^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

α : Toleransi ketidakteelitian (10%)

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat diketahui bahwa jumlah atau ukuran sampel yang diperlukan untuk diteliti adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{814}{1+814(0,1)^2} \\ &= 89,05 \text{ KK} \end{aligned}$$

Maka diketahui jumlah atau ukuran sampel yang diperlukan untuk diteliti adalah 89,05 dibulatkan menjadi 89 KK. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini terdiri dari 3 RW yaitu RW 01, 04 dan 05, maka dari 89 sampel akan dibagi ke dalam 3 RW yang ada. Berikut tabel no. 5 pembagian sampel penelitian:

Tabel 5. Pembagian Sampel Penelitian

No	RW	Populasi (KK)	Penghitungan	Sampel
1.	RW 01	330	$\frac{330}{814} \times 89$	36
2.	RW 04	443	$\frac{443}{814} \times 89$	48
3.	RW 05	41	$\frac{41}{814} \times 89$	5
	Jumlah	814		89

Sumber : Data primer diolah (2014).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui dari 89 sampel responden terbagi ke dalam 3 RW. RW 01 mendapatkan sampel sejumlah 36 responden dari total populasi 330 KK, RW 04 mendapatkan jatah 48 responden dari total populasi sebanyak 443 KK dan terakhir RW 05 yang memiliki populasi terendah mendapat sampel sebanyak 5 responden dari total populasi 41 KK. Pembagian sampel seperti pada tabel 5 di atas dibagi secara proporsional berdasarkan banyak sedikitnya jumlah populasi yang ada dalam masing-masing Rukun Warga (RW).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Menurut sumbernya, sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan kedua sumber data tersebut guna memperoleh data sebagai bahan penelitian, berikut penjelasannya:

a. Data primer

Data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dan penyebaran kuesioner terhadap sampel masyarakat sekitar perusahaan.

b. Data sekunder

Data yang didapat bukan merupakan sumber langsung dari sumber pertama melainkan melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner

Teknik ini dilakukan dengan cara membagi daftar pernyataan tertulis kepada responden agar responden memberikan jawaban.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti berdialog langsung dengan responden untuk menggali informasi yang dibutuhkan.

c. Mencatat dokumen

Metode pengumpulan data dengan cara melihat dan mencatat dokumen-dokumen perusahaan yang berkaitan dengan topik penelitian seperti data-data program CSR yang dijalankan perusahaan dan penerima program CSR tersebut.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuesioner dalam memperoleh data. Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid dan dapat digunakan

untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2005:137). Instrumen yang valid merupakan syarat untuk memperoleh hasil penelitian yang valid.

Instrumen dalam penelitian ini berupa pertanyaan atau pernyataan yang disusun berdasarkan pada konsep, variabel dan indikator. Para responden dimintakan tanggapan dengan cara memberikan nilai atau skor atas pertanyaan atau pernyataan yang diberikan. Menurut Sanusi (2011:77) validitas instrumen ditentukan dengan mengorelasikan antara skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Bila skor tiap butir berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat alfa tertentu maka menunjukkan bahwa alat pengukur tersebut valid. Guna menguji korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total digunakan rumus korelasi Pearson Product Moment berikut ini:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

N = Jumlah sampel (responden)

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas dan pertanyaan atau pernyataan dinyatakan valid, baru kemudian dilakukan pengujian reliabilitas. Sugiyono (2005:137) mengatakan instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan

menghasilkan data yang sama. Guna menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini, digunakan rumus Alpha Cronbach (Arikunto, 1996:191) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila Alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,6 ($\alpha \geq 0,6$). Guna mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas, maka dalam penelitian ini menggunakan program SPSS for Windows.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi 2 persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas diperlukan untuk melakukan pengujian terhadap *item* yang ada dalam suatu variabel, dan kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai alat analisa.

a. Uji Validitas

. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) *product moment*. Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak yaitu jika $\text{sig.}r < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka hasilnya valid

dan jika $\text{sig.}r > 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka hasilnya tidak valid. Pengujian validitas dilakukan melalui program SPSS ver. 13.0. Hasil pengujian instrumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Uji Validitas Item

Item	Koefisien Korelasi	Sig.	Keterangan
X1.1	0.846	0.000	Valid
X1.2	0.893	0.000	Valid
X1.3	0.836	0.000	Valid
X1.4	0.833	0.000	Valid
X2.1	0.917	0.000	Valid
X2.2	0.908	0.000	Valid
X2.3	0.725	0.000	Valid
X2.4	0.570	0.000	Valid
X3.1	0.688	0.000	Valid
X3.2	0.786	0.000	Valid
X3.3	0.820	0.000	Valid
X3.4	0.756	0.000	Valid
Y1	0.817	0.000	Valid
Y2	0.840	0.000	Valid
Y3	0.858	0.000	Valid
Y4	0.845	0.000	Valid

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r indikator pernyataan lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar atau sama dengan 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Tabel 7. Uji Reliabilitas Item

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	X1	0.870	Reliabel
2	X2	0.797	Reliabel
3	X3	0.761	Reliabel
4	Y	0.860	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa nilai dari Alpha Cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Seperti ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian reliabel.

G. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah data yang telah diperoleh dilapangan dan diperlukan pemilihan metode yang tepat guna mendapatkan hasil analisis yang akurat. Maka dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah:

1. Analisis Deskriptif

Menurut Suliyanto (2006:181) analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu variabel, seperti jumlah rata-rata, standar deviasi, varian, nilai terendah maupun nilai tertinggi. Seperti pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan penelitian dengan menggambarkan obyek penelitian misalnya gambaran umum lokasi penelitian, karakteristik responden dan indikator masing-masing variabel. Data yang diperoleh kemudian diolah dan ditabulasikan dalam tabel, lalu dilakukan pembahasan secara deskriptif dalam angka persentase.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda menurut Sanusi (2011:134) digunakan untuk menyatakan hubungan kausalitas antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah:

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

Keterangan :

Y = citra perusahaan (variabel terikat)

X = faktor CSR (variabel bebas)

a = konstanta

b = koefisien regresi

e = variabel pengganggu

a. Uji F

Uji F berfungsi untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) apakah memiliki pengaruh secara bersama-sama. Uji F dilakukan dengan kriteria jika $\text{sig F} > 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 diterima sehingga dapat dikatakan variabel bebas tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Begitu sebaliknya jika $\text{sig F} < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak maka hasilnya variabel bebas memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan kriteria tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$$

b. Analisis Regresi Parsial (Uji t)

Analisis ini diperlukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y) dengan menggunakan uji t dengan rumus (Sanusi, 2011:138) sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Keterangan :

b_i = Penduga bagi β_i

Sb = Standard error bagi β

Dengan rumusan hipotesis :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan adalah jika $\text{sig } t > 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka H_0 diterima, sebaliknya jika $\text{sig } t < 0,05$ ($\alpha = 5\%$) maka H_0 ditolak. Semua analisis dan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS *for windows*.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Singkat Perusahaan

PT. PINDAD (Persero) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melaksanakan usaha terpadu di bidang peralatan pertahanan dan keamanan serta peralatan industrial untuk mendukung pembangunan nasional. PT. PINDAD (Persero) berlokasi di Jl. Panglima Sudirman Turen, Malang. PT. PINDAD (Persero) mempunyai tujuan mampu menyediakan kebutuhan alat utama sistem persenjataan secara mandiri untuk mendukung penyelenggaraan pertahanan dan keamanan negara Republik Indonesia. Bidang usaha perusahaan meliputi:

Tabel 8. Bidang Usaha PT. PINDAD (Persero)

No	Bidang Usaha	Jenis Usaha
1	Manufaktur	a. Produk senjata dan munisi b. Produk kendaraan fungsi khusus c. Produk pyroteknik, bahan pendorong dan bahan peledak (militer dan komersial) d. Produk konversi energi e. Produk komponen, sarana dan prasarana transportasi f. Produk mesin industri dan peralatan industri g. Produk mekanikal, elektikal, optikal dan opto elektronik
2	Jasa	a. Perekayasaan sistem industrial b. Pemeliharaan produk/peralatan industri c. Pengujian mutu dan kalibrasi d. Konstruksi e. Pemesinan f. Heat dan surface treatment g. Peledakan

No	Bidang Usaha	Jenis Usaha
3	Perdagangan	Melaksanakan pemasaran, penjualan dan distribusi produk dan jasa tersebut termasuk produksi pihak lain, baik di dalam maupun luar negeri.
4	Produk dan Jasa Lainnya	Memanfaatkan sisa kapasitas yang telah dimiliki perusahaan.

Sumber: PT. PINDAD (Persero) Divisi Munisi Turen (2014)

Beberapa jenis usaha yang dilakukan PT. PINDAD (Persero) di atas, diantaranya perlu mendapat perhatian khusus seperti proses produksi amunisi dan bahan peledak lainnya. Masyarakat sangat sensitif dengan isu kecelakaan kerja seperti misalnya terjadi ledakan dan isu pencemaran lingkungan akibat hasil produksi. Perusahaan perlu meyakinkan masyarakat bahwa selama proses produksi telah dilakukan dengan baik dan benar.

2. Peran Sosial Perusahaan

PT. PINDAD (Persero) memandang bahwa CSR merupakan bagian penting dalam penentuan strategi perusahaan, sehingga tidak beranggapan bahwa CSR sebagai suatu beban biaya tetapi sebagai sebuah investasi jangka panjang yang hasilnya tidak hanya diukur secara kuantitatif berupa laba saja melainkan dapat terjalinnya hubungan baik dengan masyarakat di sekitar perusahaan yang dapat memberikan apresiasi positif dan pada akhirnya akan meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan Permen BUMN nomor Per-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, PT. PINDAD (Persero) telah menjalankan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) bagi masyarakat di sekitar Divisi Munisi Turen. Melalui Program Kemitraan telah dikururkan dana berupa pinjaman bagi Usaha Kecil Menengah (UKM) dan

melalui Program Bina Lingkungan telah dilaksanakan bantuan sarana dan prasarana. Bentuk implementasi CSR PT. PINDAD (Persero) menurut dari dana anggarannya dibagi menjadi dua:

- a. PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yaitu dana diambil dari keuntungan perusahaan dengan besaran 2-3 %.
- b. *Community Development* (Comdev) yaitu dana untuk keperluan CSR telah dianggarkan dalam AD/ART perusahaan.

Secara keseluruhan bentuk implementasi CSR PT. PINDAD (Persero) adalah sebagai berikut (kegiatan yang dilaksanakan antara tahun 2012 – 2014):

a. Program Kemitraan

Program kemitraan adalah membina para pengusaha kecil sebagai mitra binaan. Bentuk dari pembinaan tersebut adalah perusahaan melakukan pendampingan terhadap UKM dengan membentuk tim kecil sebagai pembina, peminjaman modal usaha dengan bunga rendah, mengikut sertakan mitra binaan dalam *event-event* pameran, mengadakan bazar dan sebagainya. Saat ini PT. PINDAD (Persero) membina para pengusaha kecil dalam bidang jasa, konveksi, pembuatan alat pertanian, pembuatan meubel, pembuatan kue, dan pembuatan sangkar burung. Tercatat mitra binaan per 31 Desember 2012 berjumlah 18 mitra dan pada tahun 2013 bertambah 4 mitra menjadi total 22 mitra binaan.

b. Peduli sosial

Perusahaan menyadari akan tanggung jawab sosial sebagai pelaku bisnis terhadap *stakeholders* perusahaan seperti kepada masyarakat

sekitar. PT. PINDAD (Persero) melakukan kegiatan-kegiatan sosial demi mewujudkan keharmonisan dan terjalinnya hubungan yang baik diantara kedua pihak seperti:

1) Bantuan terhadap Korban Bencana Alam

Bekerjasama dengan BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) Kota Batu dan BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah) Kota Malang pada bulan Februari 2014 saat terjadi bencana letusan gunung Kelud di Kediri, PT.PINDAD (Persero) melaksanakan kegiatan tanggap darurat guna membantu para korban letusan. Perusahaan menyumbangkan dana sebesar Rp. 79.921.500,00 yang dibagi menjadi tiga tahap.

2) Bantuan Pendidikan

Perusahaan memberikan bantuan sarana pendidikan seperti perangkat komputer dan perangkat penunjang pembelajaran kepada sekolah-sekolah di Kecamatan Turen, pada bulan Juni 2013 melakukan Pelatihan Manajemen Kelas dan Rencana Pembelajaran Kreatif bagi 31 Guru SD di wilayah Turen, bantuan dana pembangunan pondok pesantren di Desa Druju dan secara rutin memberikan kesempatan magang maupun penelitian bagi siswa/ mahasiswa.

3) Pembangunan Infrastruktur

Pembangunan infrastruktur berupa pemberian bantuan pembangunan jembatan dan saluran air seperti yang dilaksanakan di Kelurahan Turen, bantuan sarana pipanisasi untuk MIN Desa Druju, dan pada bulan Desember 2013 melaksanakan pemasangan paving jalan umum di beberapa RW sekitar perusahaan dengan biaya RP. 33.260.500.

4) Bantuan Keagamaan

Kepedulian perusahaan terhadap bidang agama diwujudkan dengan memberikan bantuan seperti sumbangan dana, material dan sarana-sarana ibadah kepada masjid/mushola di sekitar Kecamatan Turen pada bulan Desember 2013 sebesar RP. 12.000.000. Hal ini dimaksudkan guna memberikan kenyamanan bagi masyarakat dalam beribadah.

5) Bantuan Kesehatan

Kepedulian perusahaan terhadap kesehatan diwujudkan dengan memberikan bantuan alat-alat kepada Posyandu dan Puskesmas di Kecamatan Turen. Tanggal 28 April 2013 bekerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Malang melaksanakan *fogging* kepada pemukiman penduduk sekitar perusahaan, dan secara rutin bekerjasama dengan PMI melaksanakan donor darah. Tahun 2012 PT. PINDAD (Persero) Divisi Munisi mendapatkan piagam penghargaan

“Kelompok Donor Darah Rutin dengan Pendonor Lebih dari 50 Pendonor/ Kunjungan” dari PMI Kabupaten Malang.

Selain peduli kesehatan terhadap masyarakat sekitar, perusahaan juga memperhatikan kesehatan dari para karyawannya. Karyawan sebagai mitra dan bagian dari proses produksi yang mempunyai peran vital terhadap beroperasinya perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan sistem manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) PT. PINDAD (Persero) menerapkan *Occupational Health and Safety Advisory Service* (OHSAS) 18001 : 2007 yang merupakan standar sistem K3.

6) Kesenian dan Olahraga

Partisipasi perusahaan di bidang kesenian dan olahraga dilakukan dalam bentuk pemberian sponsor maupun penyelenggaraan acara-acara turnamen olahraga dan pementasan seni tradisional. Seperti pada bulan April 2013 dalam rangka HUT PT. PINDAD (Persero), diadakan turnamen tenis lapangan dan bola voli dengan melibatkan masyarakat sebagai peserta. Bantuan dalam bidang kesenian diwujudkan pada penyelenggaraan pagelaran seni wayang kulit di Desa Sawahan pada 14 Oktober 2013 sebesar RP. 1.000.000.

c. Peduli Lingkungan

Kelestarian lingkungan di dalam dan sekitar perusahaan menjadi tanggung jawab dari perusahaan. Harmonisasi lingkungan dengan proses bisnis perusahaan akan menciptakan keseimbangan lingkungan yang dapat memberikan dampak positif bagi semua pihak khususnya yang berada di sekitar perusahaan. ISO 14001 : 2004 menjadi acuan pelaksanaan pengelolaan lingkungan PT. PINDAD (Persero). PT. PINDAD (Persero) telah mendapat penghargaan mengenai lingkungan seperti Penghargaan Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) peringkat BIRU dari Kementerian Lingkungan Hidup serta Penghargaan Industri Hijau Level 5 dari Kementerian Perindustrian. Perusahaan pantas diganjar dengan berbagai penghargaan di bidang lingkungan karena telah melaksanakan berbagai kepedulian lingkungan seperti:

- 1) Melakukan penghijauan pada tahun 2012 dengan menanam 500 pohon dan menghutankan sekitar 30% dari area perusahaan seluas 160 hektar. Serta turut menanam pohon di beberapa desa di sekitar perusahaan agar tercipta lingkungan yang lebih asri.
- 2) Penangkaran Rusa, seijin dari Balai Besar Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Timur.
- 3) Air limbah produksi diproses melalui IPAL (Instalasi Pengelolaan Air Limbah) sebelum dialirkan ke sungai

sehingga tidak mencemari lingkungan dan aman bagi masyarakat.

- 4) Pengelolaan sampah organik menjadi kompos memanfaatkan area hijau yang cukup luas.
- 5) Selama tahun 2013 memberi bantuan sarana-sarana kebersihan seperti tempat sampah, gerobak sampah dan sarana kebersihan lainnya.

Tercatat untuk tahun 2012 PT. PINDAD (Persero) Divisi Munisi Turen telah menyalurkan bantuan CSR di Kabupaten Malang lebih dari RP. 210.000.000 dan pada tahun 2013 meningkat menjadi RP. 430.428.500.

B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden sejumlah 89 KK yang bertempat tinggal di RW 01, 04 dan 05 Kelurahan Sedayu yang merupakan wilayah terdekat dari PT. PINDAD (Persero), maka dapat diperoleh gambaran umum responden yang dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Gambaran mengenai jenis kelamin responden ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	85	95,51
2	Perempuan	4	4,49
	Jumlah	89	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasar tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 85 orang dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 4 orang.

2. Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, usia responden berkisar antara 21-80 tahun. Kalas interval dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Sturges:

$$K = 1 + 3.3 \log n$$

Keterangan:

K : Jumlah Kelas Interval
 n : Jumlah Data Observasi
 log : Logaritma

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 89$$

K = 7,43 dibulatkan menjadi 7 kelas

Menentukan panjang interval:

$$C = \frac{\text{rentang kelas}}{\text{banyak kelas}}$$

$$C = \frac{80-21}{7}$$

C = 8,43 dibulatkan ke atas menjadi 9

Gambaran mengenai usia responden ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	21-29	10	11,24
2	30-38	19	21,35
3	39-47	21	23,60
4	48-56	25	28,09
5	57-65	9	10,11
6	66-74	4	4,49
7	75-83	1	1,12
	Jumlah	89	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasar tabel di atas dapat diketahui bahwa responden terbanyak berusia antara 48-56 sebanyak 25 orang responden, selanjutnya responden berusia 39-47 sebanyak 21 orang, berusia 30-38 sebanyak 19 orang, berusia 21-29 sebanyak 10 orang, berusia 57-65 sebanyak 9 orang, berusia 66-74 sebanyak 4 orang dan responden berusia 75-83 sebanyak 1 orang.

3. Tingkat Pendidikan

Gambaran mengenai tingkat pendidikan responden ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	20	22,47
2	SMP/SLTP	20	22,47

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
3	SMA/SMK	40	44,94
4	Diploma	3	3,38
5	S1/S2/S3	6	6,74
	Jumlah	89	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasar data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa mayoritas responden berpendidikan akhir SMA/SMK dengan jumlah responden sebanyak 40 orang. Diikuti berpendidikan akhir SD dan SMP/SLTP dengan jumlah sama yaitu sebanyak 20 orang, yang berpendidikan akhir S1/S2/S3 sebanyak 6 orang dan berpendidikan Diploma sebanyak 3 orang.

4. Jenis Pekerjaan

Gambaran mengenai jenis pekerjaan responden ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 12. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Karyawan swasta	5	5,62
2	Pensiunan	6	6,74
3	Swasta	65	73,03
4	Buruh	6	6,74
5	Lainnya	7	7,87
	Jumlah	89	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah yang mempunyai pekerjaan swasta dengan jumlah 65 orang. Selanjutnya responden yang mempunyai pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 5 orang, pensiunan sebanyak 6 orang, buruh 6 orang dan

sisanya sebanyak 7 orang memiliki pekerjaan selain swasta, karyawan swasta, pensiunan dan buruh.

5. Jumlah Pendapatan

Gambaran mengenai jumlah pendapatan responden ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 13. Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 1 juta	52	58,43
2	1 juta – 2 juta	28	31,46
3	>2 juta	9	10,11
	Jumlah	89	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden mempunyai penghasilan per bulan kurang dari Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 52 orang. Selanjutnya responden dengan penghasilan per bulan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebanyak 28 orang dan berpenghasilan lebih dari Rp. 2.000.000 berjumlah 9 orang.

C. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

a. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek sosial (X1)

Variabel Aspek sosial terdiri dari empat item pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek sosial (X1)

Item	5 (SS)		4 (S)		3 (RR)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X1.1	26	29.21	39	43.82	18	20.22	5	5.62	1	1.12	89	100	3.94
X1.2	31	34.83	41	46.07	15	16.85	2	2.25	0	0.00	89	100	4.13
X1.3	33	37.08	31	34.83	21	23.60	4	4.49	0	0.00	89	100	4.04
X1.4	20	22.47	37	41.57	27	30.34	4	4.49	1	1.12	89	100	3.80
Grand Mean													3.98

Sumber: Lampiran 4

Keterangan:

- f : Frekuensi jawaban responden
- X.1.1 : Dukungan terhadap bidang pendidikan
- X.1.2 : Dukungan terhadap bidang keagamaan
- X.1.3 : Dukungan terhadap bidang kesehatan
- X.1.4 : Dukungan terhadap bidang kesenian dan olahraga

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa dari 89 responden, terdapat 26 responden atau 29,21% yang menyatakan sangat setuju tentang PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang pendidikan bagi masyarakat sekitar perusahaan, yang menyatakan setuju sebanyak 39 responden atau 43,82%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 18 responden atau 20,22%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5

responden atau 5,62%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%.

Item kedua yaitu PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang keagamaan bagi masyarakat sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 responden atau 34,83%, yang menyatakan setuju sebanyak 41 responden atau 46,07%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 15 responden atau 16,85%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,25%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item ketiga yaitu PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang kesehatan bagi masyarakat sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 33 responden atau 37,08%, yang menyatakan setuju sebanyak 31 responden atau 34,83%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 21 responden atau 23,60%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4,46%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item keempat yaitu PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang kesenian dan olahraga bagi masyarakat sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau 22,47%, yang menyatakan setuju sebanyak 37 responden atau 41,57%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 27 responden atau 30,34%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 responden atau

4,49%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%.

b. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek ekonomi (X2)

Variabel Aspek ekonomi terdiri dari empat item pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek ekonomi (X2)

Item	5 (SS)		4 (S)		3 (RR)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X2.1	11	12.36	35	39.33	31	34.83	9	10.11	3	3.37	89	100	3.47
X2.2	11	12.36	35	39.33	31	34.83	9	10.11	3	3.37	89	100	3.47
X2.3	46	51.69	37	41.57	6	6.74	0	0.00	0	0.00	89	100	4.45
X2.4	24	26.97	50	56.18	13	14.61	2	2.25	0	0.00	89	100	4.08
Grand Mean												3.87	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan:

- f : Frekuensi jawaban responden
- X.2.1 : Pemberian bantuan modal kepada UKM
- X.2.2 : Melakukan pembinaan terhadap UKM mitra binaan
- X.2.3 : Memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar
- X.2.4 : Bantuan pembangunan infrastruktur

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa dari 89 responden, terdapat 11 responden atau 12,36% yang menyatakan sangat setuju tentang PT. PINDAD (Persero) memberikan bantuan modal terhadap UKM binaan, yang menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau 39,33%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 31 responden atau 34,83%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau

10,11%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,37%.

Item kedua yaitu PT. PINDAD (Persero) melakukan pembinaan terhadap UKM mitra binaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden atau 12,36%, yang menyatakan setuju sebanyak 35 responden atau 39,33%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 31 responden atau 34,83%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 responden atau 10,11%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3,37%.

Item ketiga yaitu PT. PINDAD (Persero) memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 46 responden atau 51,69%, yang menyatakan setuju sebanyak 37 responden atau 41,57%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 6 responden atau 6,74%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item keempat yaitu PT. PINDAD (Persero) memberi bantuan pembangunan infrastruktur dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden atau 26,97%, yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau 56,18%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 13 responden atau 14,61%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2,25%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

c. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek lingkungan (X3)

Variabel Aspek lingkungan terdiri dari empat item pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 16. Distribusi Frekuensi Variabel Aspek lingkungan (X3)

Item	5 (SS)		4 (S)		3 (RR)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
X3.1	40	44.94	44	49.44	4	4.49	1	1.12	0	0.00	89	100	4.38
X3.2	40	44.94	42	47.19	7	7.87	0	0.00	0	0.00	89	100	4.37
X3.3	27	30.34	51	57.30	10	11.24	1	1.12	0	0.00	89	100	4.17
X3.4	31	34.83	50	56.18	8	8.99	0	0.00	0	0.00	89	100	4.26
Grand Mean													4.29

Sumber: Lampiran 4

Keterangan:

- f : Frekuensi jawaban responden
- X.3.1 : Menciptakan lingkungan yang aman dan sehat
- X.3.2 : Melakukan program penghijauan
- X.3.3 : Pengelolaan limbah yang baik
- X.3.4 : Pengelolaan polusi udara yang baik

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa dari 89 responden, terdapat 40 responden atau 44,94% yang menyatakan sangat setuju tentang PT. PINDAD (Persero) ikut menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan menyediakan sarana-sarana kebersihan, yang menyatakan setuju sebanyak 44 responden atau 49.44%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 4 responden atau 4,49%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0 %.

Item kedua yaitu PT. PINDAD (Persero) melakukan program penghijauan di sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 40 responden atau 44,94%, yang menyatakan setuju sebanyak 42 responden atau 47,19%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 7 responden atau 7,87%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item ketiga yaitu pengelolaan limbah PT. PINDAD (Persero) dilakukan dengan baik dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 27 responden atau 30,34%, yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden atau 57,30%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 10 responden atau 11,24%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item keempat yaitu pengendalian polusi udara PT. PINDAD (Persero) dilakukan dengan baik dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 responden atau 34,83%, yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau 56,18%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 8 responden atau 8,99%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

d. Distribusi Frekuensi Variabel Citra perusahaan (Y)

Variabel citra perusahaan terdiri dari empat item pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Variabel Citra perusahaan (Y)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	
Y1	32	35.96	51	57.30	4	4.49	1	1.12	1	1.12	89	100	4.26
Y2	22	24.72	54	60.67	12	13.48	1	1.12	0	0.00	89	100	4.09
Y3	19	21.35	50	56.18	19	21.35	1	1.12	0	0.00	89	100	3.98
Y4	20	22.47	57	64.04	11	12.36	1	1.12	0	0.00	89	100	4.08
Grand Mean												4.10	

Sumber: Lampiran 4

Keterangan:

- f : Frekuensi jawaban responden
- Y.1 : Dukungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan
- Y.2 : Perusahaan memiliki kepedulian yang tinggi kepada masyarakat
- Y.3 : Hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat
- Y.4 : Perusahaan memiliki citra yang baik

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa dari 89 responden, terdapat 32 responden atau 35,96% yang menyatakan sangat setuju tentang Bapak/Ibu/Sdr memberi dukungan terhadap keberadaan PT. PINDAD (Persero), yang menyatakan setuju sebanyak 51 responden atau 57,30%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 4 responden atau 4,49%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%.

Item kedua yaitu PT. PINDAD memiliki kepedulian sosial yang tinggi terhadap masyarakat sekitar perusahaan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 responden atau 24,72%, yang menyatakan setuju sebanyak 54 responden atau 60,67%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 12 responden atau 13,48%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item ketiga yaitu PT. PINDAD (Persero) memiliki hubungan yang baik terhadap masyarakat sekitar perusahaan dan saling membutuhkan satu sama lain dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden atau 21,35%, yang menyatakan setuju sebanyak 50 responden atau 56,18%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 19 responden atau 21,35%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Item keempat yaitu PT. PINDAD (Persero) memiliki citra yang baik dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau 22,47%, yang menyatakan setuju sebanyak 57 responden atau 64,04%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 11 responden atau 12,36%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1,12%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu Aspek sosial (X_1), Aspek ekonomi (X_2), Aspek lingkungan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Citra perusahaan (Y).

a. Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menggunakan bantuan program *SPSS for Windows ver 13.00* didapat model regresi seperti pada tabel berikut:

Tabel 18. Persamaan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	3.308	1.502	2.202	.030
X1	.206	.079	2.607	.011
X2	.283	.084	3.364	.001
X3	.317	.106	2.996	.004

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan pada Tabel 18 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,308 + 0,206 X_1 + 0,283 X_2 + 0,317 X_3$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Citra perusahaan akan meningkat untuk setiap tambahan X_1 (aspek sosial). Apabila aspek sosial mengalami peningkatan, maka citra perusahaan akan meningkat sebesar 0,206 dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- 2) Citra perusahaan akan meningkat untuk setiap tambahan X_2 (aspek ekonomi). Apabila aspek ekonomi mengalami

peningkatan, maka citra perusahaan akan meningkat sebesar 0.283 dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

- 3) Citra perusahaan akan meningkat untuk setiap tambahan X_3 (aspek lingkungan). Apabila aspek ekonomi mengalami peningkatan, maka citra perusahaan akan meningkat sebesar 0,317 dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Berdasarkan interpretasi di atas, dapat diketahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat, antara lain aspek sosial sebesar 0,206, aspek ekonomi sebesar 0,283, dan aspek lingkungan sebesar 0,317. Dapat disimpulkan bahwa aspek sosial, Aspek ekonomi, dan Aspek lingkungan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan, dengan kata lain apabila aspek sosial, aspek ekonomi, dan aspek lingkungan meningkat maka akan diikuti peningkatan citra perusahaan.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

R^2 digunakan untuk mengetahui besar kontribusi variabel bebas (aspek sosial (X_1), aspek ekonomi (X_2), dan aspek lingkungan (X_3)) terhadap variabel terikat (citra perusahaan). Nilai R^2 ditunjukkan seperti dalam tabel berikut:

Tabel 19. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.736	.542	.525

Sumber: Lampiran 6

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil

analisis pada Tabel 19 diperoleh hasil R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,542. Artinya bahwa 54,2% variabel Citra perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu aspek sosial (X_1), aspek ekonomi (X_2), dan aspek lingkungan (X_3). Sisanya 45,8% variabel citra perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi sebesar 0.736, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu aspek sosial (X_1), aspek ekonomi (X_2), dan aspek lingkungan (X_3) dengan citra perusahaan termasuk dalam kategori hubungan yang kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8. Hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat positif, artinya jika variabel bebas semakin ditingkatkan maka citra perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

c. Uji F (Bersama-sama)

Pengujian F atau pengujian model digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi signifikan atau tidak, dengan kata lain model yang diduga sesuai atau tidak. Apabila hasil analisis signifikan, maka H_0 ditolak. Sebaliknya jika hasilnya tidak signifikan, maka H_0 diterima. Hal ini dapat dikatakan sebagai berikut:

H_0 ditolak jika sig. F < 0,05

H_0 diterima jika sig. F > 0,05

Tabel 20. Uji F/Bersama-sama

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.082	3	79.694	33.476	.000 ^a
	Residual	202.356	85	2.381		
	Total	441.438	88			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 20 nilai sig.F (0,000) < $\alpha = 0,05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (citra perusahaan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (aspek sosial (X_1), aspek ekonomi (X_2), dan aspek lingkungan (X_3)).

d. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hal ini dapat dikatakan apabila sig.t < 0,05 maka hasilnya signifikan sehingga H_0 ditolak. Sebaliknya jika sig.t > 0,05 maka hasilnya tidak signifikan sehingga H_0 diteima. Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel 18 halaman 79.

Berdasarkan Tabel 18 diperoleh hasil sebagai berikut :

- 1) Uji t antara X_1 (aspek sosial) dengan Y (citra perusahaan) menunjukkan nilai $\text{sig.t} (0,011) < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X_1 (aspek sosial) terhadap citra perusahaan adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh aspek sosial atau dengan meningkatkan aspek sosial maka citra perusahaan akan mengalami peningkatan secara nyata.
- 2) Uji t antara X_2 (aspek ekonomi) dengan Y (citra perusahaan) menunjukkan nilai $\text{sig.t} (0,001) < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X_2 (aspek ekonomi) terhadap citra perusahaan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh aspek ekonomi atau dengan meningkatkan aspek ekonomi maka citra perusahaan akan mengalami peningkatan secara nyata.
- 3) Uji t antara X_3 (aspek lingkungan) dengan Y (citra perusahaan) menunjukkan nilai $\text{sig.t} (0,004) < \alpha = 0,05$ maka pengaruh X_3 (aspek lingkungan) terhadap citra perusahaan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh aspek lingkungan atau dengan meningkatkan

aspek lingkungan maka citra perusahaan akan mengalami peningkatan secara nyata.

Hasil keseluruhan yang dapat disimpulkan adalah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan secara bersama-sama dan parsial. Diketahui juga dari ketiga variabel bebas tersebut yang paling dominan pengaruhnya terhadap citra perusahaan adalah aspek ekonomi karena memiliki nilai koefisien beta dan t hitung paling besar.

D. Pembahasan

Peraturan Menteri BUMN no.4 tahun 2007 mewajibkan setiap BUMN membentuk unit kerja khusus yang menangani langsung masalah pembinaan dan pemberdayaan masyarakat. Terdapat beberapa isu mengenai CSR seperti yang disebutkan oleh Kartini (2013:78) diantaranya:

1. Program Kemitraan yang mayoritas dengan UMKM
2. Program bina lingkungan seperti: bantuan bencana alam, kesehatan masyarakat, pendidikan dan pelatihan masyarakat, keagamaan, pengembangan sarana umum dan pelestarian alam.

Setiap isu mengenai CSR di atas, telah dijawab oleh PT. PINDAD (Persero) dengan menjalankan program-program yang berorientasi pada kepentingan masyarakat. Program CSR yang dilaksanakan diharapkan mampu menjawab semua harapan masyarakat terhadap perusahaan, khususnya dari masyarakat sekitar wilayah operasi perusahaan. Diantaranya menurut Wibisono (2007:119) adalah:

1. *Income* atau pendapatan

Komunitas mengharapkan adanya perputaran uang melalui gaji atau upah sebagai karyawan, atau melalui pembelian kebutuhan perusahaan atau kebutuhan karyawan pada komunitas disekitarnya.

2. Kontribusi perusahaan

Kontribusi yang dapat diberikan oleh perusahaan dapat berupa berbagai bentuk bantuan seperti: pembangunan fasilitas umum atau sarana atau prasarana umum seperti sarana ibadah, sekolah, taman bermain, sarana olahraga dan lainnya, memberikan beasiswa, sumbangan atau bantuan atau hadiah pada berbagai kegiatan, dan bentuk pemberdayaan kepada komunitas.

Harapan-harapan yang diinginkan masyarakat di atas, mayoritas telah dipenuhi dengan program CSR dari PT. PINDAD (Persero). Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan terhadap masyarakat yang berada disekitar perusahaan. Berikut hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi.

1. **Pembahasan Analisis Deskriptif**

- a. **Variabel Aspek Sosial (X1)**

Terdapat empat *item* pada variabel aspek sosial terdiri dari dukungan terhadap bidang pendidikan, dukungan terhadap bidang keagamaan, dukungan terhadap bidang kesehatan, dan dukungan terhadap bidang kesenian dan olahraga.

- 1) Dukungan terhadap Bidang Pendidikan (X.1.1)

Terdapat 65 orang responden (73,03%) yang menjawab dalam kategori setuju, 18 orang responden (20,23%) yang menjawab ragu-ragu dan 6 orang responden (6,74%) menjawab dalam kategori tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 3,94. Berdasarkan hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon yang positif terhadap PT. PINDAD (Persero) mengenai program CSR dalam bidang pendidikan. Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa PT. PINDAD (Persero) telah beberapa kali memberikan bantuan sarana pendidikan seperti perangkat komputer dan perangkat penunjang pembelajaran kepada sekolah-sekolah di Kecamatan Turen, menghibahkan sabidang tanah yang saat ini dipergunakan sebagai sekolah di wilayah Turen, melakukan pelatihan-pelatihan bagi guru guna menambah *skill* para guru dalam mengajar, bantuan dana pembangunan pondok pesantren dan membuka kesempatan bagi siswa/ mahasiswa untuk melakukan magang maupun penelitian di perusahaan.

2) Dukungan terhadap Bidang Keagamaan (X.1.2)

Terdapat 72 orang responden (80,9%) yang menjawab dalam kategori setuju, 15 responden (16,85%) menjawab ragu-ragu dan 2 responden (2,25%) menjawab tidak setuju. *Mean* keseluruhan dari jawaban responden sebesar 4,13. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat merespon dengan baik program CSR perusahaan dalam bidang keagamaan. Hal ini dapat dibuktikan bahwa PT. PINDAD (Persero) memberikan bantuan seperti sumbangan dana, material dan sarana-sarana ibadah kepada masjid/ mushola di sekitar Kecamatan Turen.

3) Dukungan terhadap Bidang Kesehatan (X.1.3)

Terdapat 64 orang responden (71,91%) yang menjawab dalam kategori setuju, 21 orang responden (23,60%) menjawab ragu-ragu, dan 4 orang responden (4,49%) menjawab dalam kategori tidak setuju. *Mean* keseluruhan sebesar 4,04. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon yang positif terhadap program CSR yang dilakukan dalam bidang kesehatan. Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa masyarakat merasakan program CSR PT. PINDAD (Persero) dalam bidang kesehatan dengan melakukan *fogging* guna mencegah terjadinya wabah demam berdarah, mengadakan khitanan masal, memberi bantuan alat-alat kesehatan di Puskesmas dan Posyandu di wilayah Kecamatan Turen, dan dengan bekerjasama dengan PMI memberikan kesempatan bagi masyarakat yang ingin melakukan donor darah dapat dilakukan di dalam perusahaan secara rutin setiap bulannya.

4) Dukungan terhadap Bidang Kesenian dan Olahraga

Terdapat 57 orang responden (64,04%) yang menjawab dalam kategori setuju, 27 orang responden (30,34%) menjawab ragu-ragu, dan 5 orang (5,62%) menjawab dalam kategori tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 3,80. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon positif terhadap PT. PINDAD (Persero) mengenai program CSR dalam bidang kesenian dan olahraga. Hal ini dapat dibuktikan PT. PINDAD (Persero) setiap tahun yang bertepatan dengan HUT PT. PINDAD (Persero) mengadakan turnamen olahraga dengan masyarakat sekitar sebagai peserta dan mengadakan pementasan kesenian tradisional.

Keseluruhan *item* pada variabel aspek sosial diperoleh *grand mean* sebesar 3,98. Hasil tersebut dapat dikatakan dalam kategori positif. *Mean* terbesar terdapat pada *item* dukungan terhadap bidang keagamaan (X.1.2) sebesar 4,13 dan jumlah *mean* terkecil yaitu pada *item* dukungan terhadap bidang kesenian dan olahraga (X.1.4).

b. Variabel Aspek Ekonomi (X2)

Terdapat empat *item* pada variabel Aspek Ekonomi terdiri dari pemberian bantuan modal kepada UKM, pembinaan UKM mitra binaan, memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat sekitar, dan bantuan pembangunan infrastruktur.

1) Pemberian Bantuan Modal kepada UKM (X.2.1)

Terdapat 46 orang responden (51,69%) menjawab dengan kategori setuju, 31 orang responden (34,83%) menjawab ragu-ragu, dan 12 orang (13,48%) menjawab dengan kategori tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 3,47. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat masih merespon dengan cukup baik. Kesimpulan yang dapat diambil adalah masyarakat menilai bahwa pemberian bantuan modal kepada para pengusaha kecil memberi dampak positif bagi masyarakat luas dikarenakan dapat memajukan usaha masyarakat. Secara tidak langsung dengan memberi modal kepada UKM, maka akan tercipta lapangan kerja baru bagi masyarakat.

2) Pembinaan UKM Mitra Binaan (X.2.2)

Terdapat 46 orang responden (51,69%) menjawab dengan kategori setuju, 31 orang responden (34,83%) menjawab ragu-ragu, dan 12 orang (13,48%) menjawab dengan kategori tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 3,47. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil tersebut bahwa masyarakat masih merespon dengan cukup baik. PT. PINDAD (Persero) tidak hanya memberikan bantuan modal, namun juga memberikan pembinaan agar usaha yang dijalankan dapat berkembang menjadi lebih besar. PT. PINDAD (Persero) memberikan pendampingan dengan membentuk tim kecil yang

bekerja memberikan pembinaan bagi mitra binaan. Dukungan lain yaitu dengan mengikutsertakan mitra binaan kedalam pameran dan mengadakan bazar.

3) Memberikan Kesempatan Kerja kepada Masyarakat Sekitar (X.2.3)

Terdapat 83 orang responden (93,26%) menjawab dengan kategori setuju, 6 orang responden (6,74%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden (0%) yang menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,45. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil tersebut adalah masyarakat merespon dengan sangat baik. Keberadaan suatu perusahaan di suatu wilayah akan menciptakan lapangan kerja baru guna menyerap angkatan kerja yang belum mendapatkan pekerjaan. Begitu pula dengan masyarakat sekitar PT. PINDAD (Persero) Turen merasakan manfaat dari keberadaan perusahaan, banyak warga yang memperoleh pekerjaan di PT. PINDAD (Persero) baik sebagai karyawan tetap maupun pekerja harian dimana perusahaan selalu memprioritaskan orang-orang sekitar dalam merekrut karyawan.

4) Bantuan Pembangunan Infrastruktur (X.2.4)

Terdapat 74 orang responden (83,15%) menjawab dengan kategori setuju, 13 orang responden (14,6%) menjawab ragu-ragu, dan 2 orang responden (2,25%) yang menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,08. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil tersebut adalah masyarakat merespon

dengan sangat baik. Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa PT. PINDAD (Persero) berusaha memenuhi kebutuhan penting masyarakat yang belum tersentuh oleh pemerintah daerah berupa pembangunan sarana prasarana antara lain pembangunan jembatan dan pemasangan paving jalan umum.

Keseluruhan *item* pada variabel aspek ekonomi diperoleh *grand mean* sebesar 3,87. Hasil tersebut dapat dikatakan dalam kategori positif. *Mean* terbesar terdapat pada *item* memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat sekitar (X.2.3) sebesar 4,45 dan jumlah *mean* terkecil yaitu pada *item* pemberian bantuan modal kepada UKM (X.2.1) dan *item* pembinaan UKM mitra binaan (X.2.2) yang sam-sama memiliki *mean* sebesar 3,47.

c. Variabel Aspek Lingkungan (X3)

Terdapat empat *item* pada variabel aspek lingkungan terdiri dari menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan menyediakan sarana-sarana kebersihan, program penghijauan di sekitar perusahaan, pengelolaan limbah industri yang baik, dan pengelolaan polusi udara yang baik.

- 1) Menciptakan Lingkungan yang Aman dan Sehat dengan Menyediakan Sarana-Sarana Kebersihan (X.3.1)

Terdapat 84 orang responden (94,4%) menjawab dalam kategori setuju, 4 orang responden (4,5%) menjawab ragu-ragu, dan 1 orang (1,1%) menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan

jawaban responden sebesar 4,38. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon yang sangat baik terhadap PT. PINDAD (Persero) mengenai program CSR dalam hal menciptakan lingkungan yang aman dan sehat. Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa PT. PINDAD (Persero) beberapa kali memberikan sumbangan berupa gerobak sampah dan tempat sampah bagi masyarakat di sekitar perusahaan. Termasuk juga ikut memperbaiki gerobak sampah dan tempat sampah jika terjadi kerusakan.

2) Program Penghijauan di Sekitar Perusahaan (X.3.2)

Terdapat 82 orang responden (92,14%) menjawab dengan kategori setuju, 7 orang responden (7,86%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden (0%) yang menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,37. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat memberikan respon yang sangat baik terhadap PT. PINDAD (Persero) mengenai program penghijauan. Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa PT. PINDAD telah melakukan penghijauan di area perusahaan dan beberapa desa di sekitar perusahaan.

3) Pengelolaan Limbah Industri yang Baik (X.3.3)

Terdapat 78 orang responden (87,64%) menjawab dengan kategori setuju, 10 orang responden (11,24%) menjawab ragu-ragu, dan 1 (1,12%) orang responden yang menjawab tidak setuju. *Mean*

dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,17. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat merespon dengan sangat baik terhadap pengelolaan limbah industri PT. PINDAD (Persero). Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa PT. PINDAD (Persero) tidak pernah mencemari lingkungan karena limbah industri. Limbah sisa produksi telah diproses melalui IPAL (Instalasi Pengelolaan Air Limbah) terlebih dahulu sebelum dialirkan ke sungai, sehingga limbah produksi tidak mencemari lingkungan dan aman bagi masyarakat sekitar.

4) Pengelolaan Polusi Udara yang Baik (X.3.4)

Terdapat 81 orang responden (91,01%) menjawab dengan kategori setuju, 8 orang responden (8,99%) menjawab ragu-ragu, dan tidak ada responden (0%) yang menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,17. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat merespon dengan sangat baik terhadap pengelolaan polusi udara PT. PINDAD (Persero). Hal ini dapat diperkuat dengan bukti bahwa PT. PINDAD (Persero) tidak pernah mencemari lingkungan karena polusi udara. Perusahaan berusaha mengelola sisa produksi dengan baik agar tidak mengganggu lingkungan dan masyarakat. Salah satu caranya adalah dengan menanam pohon di sekitar perusahaan dan menghutankan 30% dari area perusahaan seluas 160 hektar.

Keseluruhan *item* pada variabel Aspek Lingkungan diperoleh *grand mean* sebesar 4,29. Hasil tersebut dapat dikatakan dalam kategori positif. *Mean* terbesar terdapat pada *item* menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan menyediakan sarana-sarana kebersihan (X.3.1) sebesar 4,38 dan jumlah *mean* terkecil yaitu pada *item* pengelolaan limbah industri yang baik (X.3.3) sebesar 4,17.

d. Variabel Citra Perusahaan (Y)

Terdapat empat *item* pada variabel Citra Perusahaan terdiri dari dukungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan, perusahaan memiliki kepedulian sosial yang tinggi kepada masyarakat, perusahaan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain, dan perusahaan memiliki citra yang baik.

1) Dukungan Masyarakat terhadap Keberadaan Perusahaan (Y1)

Terdapat 83 orang responden (93,26%) menjawab dengan kategori setuju, 4 orang responden (4,49%) menjawab ragu-ragu, dan 2 orang (2,25%) menjawab dengan kategori tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,26. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hampir keseluruhan dari responden menjawab setuju dan dapat disimpulkan bahwa masyarakat merespon dengan baik keberadaan perusahaan di wilayah Kecamatan Turen. Hal ini dikarenakan selama berdirinya PT. PINDAD (Persero) telah memberikan banyak lapangan kerja pada masyarakat sekitar

sebagai karyawan perusahaan dan tidak pernah merugikan masyarakat karena pencemaran lingkungan. Selain itu juga keberadaan perusahaan turut membuka peluang usaha baru bagi masyarakat untuk membuka kost-kostan bagi karyawan.

2) Perusahaan Memiliki Kepedulian Sosial yang Tinggi kepada Masyarakat (Y2)

Terdapat 76 orang responden (85,39%) menjawab dengan kategori setuju, 12 orang responden (13,49%) menjawab ragu-ragu, dan 1 orang (1,12%) menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,09. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hampir keseluruhan dari responden menjawab setuju dan dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian sosial yang tinggi kepada masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan program CSR yang telah dilakukan PT. PINDAD (Persero) kepada masyarakat sekitar.

3) Perusahaan dan Masyarakat Saling Membutuhkan Satu Sama Lain (Y3)

Terdapat 69 orang responden (77,53%) menjawab dengan kategori setuju, 19 (21,35%) orang responden menjawab ragu-ragu, dan 1 (1,12%) orang menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 3,98. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan dapat disimpulkan bahwa perusahaan dan masyarakat saling

membutuhkan. PT. PINDAD (Persero) menyadari bahwa kegiatan usaha yang dilakukan bersentuhan langsung dengan masyarakat dan lingkungan sekitar dan tanpa dukungan dari 2 hal tersebut maka langkah perusahaan untuk mencapai tujuan akan terganggu. Sebagai wujud kepedulian perusahaan, maka PT. PINDAD (Persero) menjalankan berbagai program CSR.

4) Perusahaan Memiliki Citra yang Baik (Y4)

Terdapat 77 orang responden (86,52%) menjawab dengan kategori setuju, 11 orang responden (12,36%) menjawab ragu-ragu, dan 1 orang (1,12%) menjawab tidak setuju. *Mean* dari keseluruhan jawaban responden sebesar 4,08. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dan dapat disimpulkan bahwa perusahaan masih dipandang memiliki citra yang baik oleh masyarakat. Citra menurut Alma dan Hurriyati (2008:55) adalah sebuah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu object, orang atau mengenai suatu lembaga. Kepedulian sosial yang tinggi dan tidak pernah merugikan masyarakat karena pencemaran lingkungan menjadi dua hal penting terbentuknya citra yang baik bagi PT. PINDAD (Persero).

Keseluruhan *item* pada variabel citra perusahaan diperoleh *grand mean* sebesar 4,10. Hasil tersebut dapat dikatakan dalam kategori positif. *Mean* terbesar terdapat pada *item* dukungan

masyarakat terhadap keberadaan perusahaan (Y1) sebesar 4,26 dan jumlah *mean* terkecil yaitu pada *item* perusahaan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain (Y3) sebesar 3,98.

2. Pembahasan Analisis Regresi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* yang terdiri dari aspek sosial (X1), aspek ekonomi (X2) dan aspek lingkungan (X3) secara bersama-sama dan parsial mempunyai pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap citra perusahaan (Y). Berikut dijelaskan pengaruh setiap variabel dalam konsep CSR terhadap citra perusahaan:

a. Pengaruh Variabel Aspek Sosial (X1) terhadap Citra Perusahaan (Y)

Variabel aspek sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai uji t sebesar 2,607 dengan probabilitas 0,011. Pengaruh ini terjadi karena *item* yang terdapat dalam variabel aspek sosial seperti dukungan terhadap bidang pendidikan, bidang agama, bidang kesehatan, bidang kesenian dan olahraga direspon dengan sangat baik oleh masyarakat sekitar khususnya penerima program CSR. Tujuan dari program ini adalah untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian sosial terhadap masyarakat sekitar dan tidak hanya mementingkan keuntungan dari perusahaan semata.

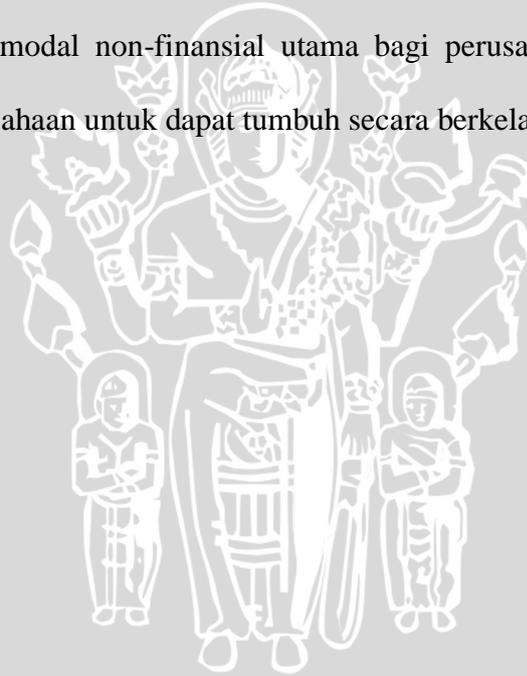
b. Pengaruh Variabel Aspek Ekonomi (X2) terhadap Citra Perusahaan (Y)

Variabel aspek ekonomi mempunyai pengaruh yang signifikan dan memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel citra perusahaan dibandingkan variabel yang lain. Hal ini ditunjukkan oleh nilai uji t sebesar 3,364 dengan probabilitas 0,001. Pengaruh ini terjadi karena *item* aspek ekonomi seperti pemberian bantuan modal dan pembinaan terhadap UKM, ikut menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar dan pemberian bantuan-bantuan infrastruktur telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar. Perusahaan berkeinginan mensejahterakan dan menjadikan masyarakat menjadi masyarakat yang lebih mandiri.

c. Pengaruh Variabel Aspek Lingkungan (X3) terhadap Citra Perusahaan

Variabel aspek lingkungan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel citra perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai uji t sebesar 2,996 dengan probabilitas 0,004. Pengaruh ini terjadi karena *item* Aspek Lingkungan seperti ikut menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan menyediakan sarana-sarana kebersihan, program penghijauan, dan pengelolaan limbah dan polusi yang baik direspon baik oleh masyarakat sekitar. Masyarakat telah merasakan bahwa selama berdirinya perusahaan, tidak pernah dirugikan oleh masalah lingkungan khususnya masalah limbah dan polusi. Perusahaan menyadari betul bahwa lingkungan menjadi aspek yang sangat penting dan sangat mencolok hasilnya dimata masyarakat.

Hendaknya perusahaan mempertahankan serta meningkatkan mutu dari program CSR yang dijalankan dan diharapkan mampu menciptakan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Seperti yang disebutkan oleh Wibisono (2007:84) salah satu manfaat dari dilaksanakannya program CSR adalah guna mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan. Apabila perusahaan telah melaksanakan program CSR dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat/ penerima program CSR, maka perusahaan berhak mendapatkan citra yang baik di benak masyarakat. Hal tersebut menjadi modal non-finansial utama bagi perusahaan dan menjadi nilai tambah perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menjelaskan variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada citra perusahaan. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Aspek Sosial (X1) Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Citra Perusahaan (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui:

1. Pengaruh secara bersama-sama (simultan) tiap variabel bebas terhadap citra perusahaan dilakukan dengan pengujian F-test. Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai sig. F sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap citra perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel citra perusahaan dapat diterima.
2. Hasil uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas yang terdiri atas Aspek Sosial (X1), Aspek Ekonomi (X2), dan Aspek Lingkungan (X3) terhadap Citra perusahaan didapatkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap Citra perusahaan.

3. Berdasarkan pada hasil uji t didapatkan bahwa variabel Aspek Ekonomi (X2) mempunyai pengaruh yang paling kuat dan dominan dibandingkan dengan variabel lainnya karena mempunyai nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan mutu dari Aspek Ekonomi, karena variabel Aspek Ekonomi mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Citra perusahaan, diantaranya yaitu dengan peningkatan pemberian bantuan modal dan pembinaan kepada UKM, memberikan lapangan kerja yang seluas-luasnya bagi masyarakat sekitar dan terus meningkatkan bantuan-bantuan infrastruktur bagi desa sekitar perusahaan, sehingga citra perusahaan akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi citra perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Hurriyati, Ratih. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi revisi III. Jakarta: Rineka Cipta
- Azheri, Busyra dan Wahyudi, Isa. 2008. *CSR: Prinsip, Pengetahuan, dan Implementasi*. Malang: In-trans Publishing
- Bertens, K. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*, Cetakan ke 10. Yogyakarta: Kanisius
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hasan, Iqbal. 2009. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistika*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Haq, Habibi D. 2011. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Citra*. Universitas Brawijaya. Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan
- Rakaykirana, Ingkan D. 2012. *Pengaruh Corporate Social Responsibility/CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) Terhadap Citra Perusahaan*. Universitas Brawijaya. Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan
- Jefkins, Frank dan Yadin, Daniel. 2004. *Public Relation*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Kartini, Dwi. 2013. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: Refika Aditama
- Kodrat, David. 2009. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nuriman, Harry. 2013. *Kail Saja Tidak Cukup: Catatan Seorang Praktisi CSR*. Jakarta: Antara Publishing
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta. Esensi
- Rahmasari, Muninggar. 2012. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan / Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan*. Universitas Brawijaya. Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan
- Ramadhani, Alida N. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan*. Universitas Brawijaya. Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan
- Rudito, Bambang dan Famiola, Melia. 2013. *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Cetakan Pertama. Bandung: Rekayasa Sains

- Sanusi Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba
- Sen, Shanker and Bhattacharya. 2001. *Consumer Reaction to Corporate Social Responsibility*. *Journal of Marketing Research*
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*, Edisi ke-13. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri: Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Susanto, A. 2009. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Esensi
- Untung, Hendrik. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Pub
- Wicaksono, Hendra W. 2010. *Pengaruh Persepsi Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Image Perusahaan VICO Indonesia*. Universitas Brawijaya. Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

No. **KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Responden Yth.,

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dengan judul “**Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR dari PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu)**”, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu dan menjawab serta mengisi daftar pernyataan dengan lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis.

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara merupakan bantuan yang sangat besar artinya bagi terlaksananya penelitian ini. Untuk partisipasinya saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti

Husni Falah Wijaya

NIM. 105030201111056

Dosen Pembimbing I

Edy Yulianto, Drs, M.P.

NIP. 19600728 198601 1 001

Dosen Pembimbing II

Yusri Abdillah, S.Sos., M.Si., Ph.D

NIP. 19741227 200312 1 002

Data Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis kelamin^{*)} lingkari salah satu : L / P
4. Umur :
5. Pekerjaan :
6. Pendidikan terakhir yang ditempuh^{*)} lingkari salah satu
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
7. Jumlah penghasilan per bulan^{*)} lingkari salah satu
 - a. < 1.000.000,00
 - b. 1.000.000 – 2.000.000
 - c. > 2.000.000
8. Apakah Bapak/Ibu/Saudara merasakan manfaat program CSR?^{*)} lingkari salah satu
 - a. Ya
 - b. Tidak
9. Program CSR di bidang apa yang Bapak/Ibu/Saudara rasakan ?^{*)} lingkari salah satu
 - a. Bidang Sosial
 - b. Bidang Ekonomi
 - c. Bidang Lingkungan



PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pada pernyataan di bawah ini silahkan mengisi sesuai dengan pendapat atau opini

Anda, dengan memberikan tanda centang (√) pada jawaban:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-Ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/*Corporate Social Responsibility*

A. Aspek Sosial (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang pendidikan bagi masyarakat sekitar perusahaan					
2	PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang keagamaan bagi masyarakat sekitar perusahaan					
3	PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang kesehatan bagi masyarakat sekitar perusahaan					
4	PT. PINDAD (Persero) mendukung bidang kesenian dan olahraga bagi masyarakat sekitar perusahaan					

B. Aspek Ekonomi (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	PT. PINDAD (Persero) memberikan bantuan modal terhadap UKM binaan					
2	PT. PINDAD (Persero) melakukan pembinaan terhadap UKM binaan					
3	PT. PINDAD (Persero) memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar perusahaan					
4	PT. PINDAD (Persero) memberi bantuan infrastruktur berupa pembangunan jembatan dan pemasangan paving jalan umum					

C. Aspek Lingkungan (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	PT. PINDAD (Persero) ikut menciptakan lingkungan yang aman dan sehat dengan menyediakan sarana-sarana kebersihan					
2	PT. PINDAD (Persero) melakukan program penghijauan di sekitar perusahaan					
3	Pengelolaan limbah PT. PINDAD (Persero) dilakukan dengan baik					
4	Pengendalian polusi udara PT. PINDAD (Persero) dilakukan dengan baik					

2. Citra Perusahaan (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Bapak/Ibu/Sdr memberi dukungan terhadap keberadaan PT. PINDAD (Persero)					
2	PT. PINDAD memiliki kepedulian sosial yang tinggi terhadap masyarakat sekitar perusahaan					
3	PT. PINDAD (Persero) memiliki hubungan yang baik terhadap masyarakat sekitar perusahaan dan saling membutuhkan satu sama lain					
4	PT. PINDAD (Persero) memiliki citra yang baik					

Lampiran 2
Rekapitulasi Identitas Responden

Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Penghasilan
L	35	Buruh	SD	<1.000.000
L	36	Wiraswasta	SMA/SMK	>2.000.000
L	39	Swasta	SD	1.000.000 – 2.000.000
L	56	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	67	Tani	SD	<1.000.000
L	64	Swasta	SMP	>2.000.000
L	57	Pensiunan	Sarjana	>2.000.000
L	55	Swasta	SD	<1.000.000
L	39	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	40	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	46	Swasta	Sarjana	1.000.000 – 2.000.000
L	48	Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	57	Pensiunan	Sarjana	>2.000.000
L	35	Swasta	SMP	<1.000.000
L	51	Guru	Sarjana	<1.000.000
L	51	Wiraswasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	50	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	52	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	42	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	48	Swasta	SD	<1.000.000
L	38	Swasta	SMP	1.000.000 – 2.000.000
L	38	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	40	Wiraswasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	70	Sopir	SD	1.000.000 – 2.000.000
L	43	Harian PINDAD	SMA/SMK	<1.000.000
L	36	Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	21	Marketing	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	43	Karyawan Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	48	Swasta	SMP	1.000.000 – 2.000.000
L	56	Swasta	SMA/SMK	>2.000.000
L	45	Wiraswasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	47	Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	49	Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	55	Swasta	SD	<1.000.000
L	60	Swasta	SMP	<1.000.000
L	33	Wiraswasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	47	Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	55	Swasta	SD	<1.000.000
L	52	Swasta	SMP	<1.000.000
L	69	Pensiunan	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	51	Karyawan	SMP	1.000.000 – 2.000.000
L	61	Pensiunan	SMP	<1.000.000
P	55	Ibu Rumah Tangga	SMP	<1.000.000
L	40	Swasta	SD	<1.000.000
L	48	Harian PINDAD	SMP	1.000.000 – 2.000.000
P	80	Ibu Rumah Tangga	SD	<1.000.000
L	37	Swasta	SD	<1.000.000
L	44	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000

L	53	Wiraswasta	SMP	>2.000.000
L	33	Swasta	SMA/SMK	1.000.000 – 2.000.000
L	28	Swasta	SD	<1.000.000
L	29	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	67	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	42	Swasta	SD	<1.000.000
L	28	Wiraswasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	27	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
P	36	Buruh	SMA/SMK	<1.000.000
L	34	Swasta	SMP	<1.000.000
L	42	Swasta	SMP	<1.000.000
L	40	Swasta	SD	<1.000.000
L	34	Swasta	SD	<1.000.000
L	39	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	32	Swasta	SMA/SMK	>2.000.000
L	48	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	46	Swasta	SD	<1.000.000
L	50	PNS	SMA/SMK	>2.000.000
L	58	Pensiunan	Diploma	1.000.000 – 2.000.000
L	30	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	58	Pensiunan	SMP	<1.000.000
L	26	Karyawan Swasta	Sarjana	1.000.000 – 2.000.000
L	47	Karyawan Swasta	Sarjana	1.000.000 – 2.000.000
L	26	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	21	Swasta	Diploma	1.000.000 – 2.000.000
L	34	Swasta	Diploma	>2.000.000
L	32	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	28	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	31	Swasta	SMP	<1.000.000
P	37	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	36	Buruh	SD	<1.000.000
L	27	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000
L	43	Swasta	SMP	<1.000.000
L	43	Wiraswasta	SMP	<1.000.000
L	58	Swasta	SMP	<1.000.000
L	50	Sopir	SMP	<1.000.000
L	54	Swasta	SD	<1.000.000
L	52	Swasta	SD	<1.000.000
L	59	Buruh	SD	<1.000.000
L	49	Swasta	SMP	<1.000.000
L	53	Swasta	SMA/SMK	<1.000.000

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	85
Perempuan	4
Total	89

2. Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)
1	21-28	9
2	29-36	16
3	37-44	19
4	45-52	22
5	53-60	16
6	61-68	4
7	>68	3
	Jumlah	89

3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah
SD	20
SMP	20
SMA/SMK	40
Diploma	3
Sarjana	6
Total	89

4. Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
Buruh	4
Wiraswasta	15
Swasta	50
Tani	1
Pensiunan	6
Guru	1
Sopir	2
Harian PINDAD	2
Ibu Rumah Tangga	2
PNS	1
Karyawan Swasta	5
Total	89



5. Jumlah Penghasilan per Bulan

Penghasilan	Jumlah
<1.000.000	52
1.000.000 – 2.000.000	28
>2.000.000	9
Total	89



Lampiran 3. Rekapitulasi Frekuensi Variabel

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
2	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	5	5	3	3	16	3	3	4	2	12	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16
5	4	4	4	3	15	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16	3	3	5	5	16	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
7	5	5	5	5	20	3	3	4	5	15	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
8	3	4	2	4	13	2	2	4	4	12	4	4	4	4	16	5	3	4	4	16
9	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
10	1	4	4	4	13	1	1	4	5	11	4	4	2	5	15	2	2	2	4	10
11	4	4	4	4	16	2	2	4	4	12	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
12	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	4	4	3	3	14
13	2	3	3	3	11	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	4	3	3	4	14
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
15	2	2	2	3	9	3	3	3	3	12	5	5	4	5	19	3	3	3	3	12
16	2	3	4	3	12	1	1	4	4	10	5	5	3	3	16	3	3	3	3	12
17	5	5	5	5	20	3	3	5	5	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	4	3	4	16
19	2	3	2	2	9	2	2	4	4	12	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13
20	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
21	3	5	5	5	18	1	1	4	5	11	5	5	5	5	20	5	5	3	4	17
22	4	4	4	3	15	3	3	5	4	15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
23	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19
24	4	5	5	2	16	2	2	3	4	11	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19

25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
26	4	5	3	4	16	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
27	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13	3	4	4	4	15	4	3	3	4	14
28	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
31	4	5	5	4	18	3	3	5	4	15	5	3	4	4	16	4	5	4	4	17
32	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
34	4	4	3	3	14	3	3	5	5	16	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
35	4	4	3	3	14	3	3	5	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
36	4	3	5	3	15	3	3	4	4	14	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18
37	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
38	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
39	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
40	2	3	4	3	12	3	3	4	3	13	5	5	4	4	18	4	4	3	4	15
41	4	4	2	2	12	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
42	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18
44	4	4	4	3	15	2	2	4	4	12	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18
45	3	3	3	3	12	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
46	3	4	3	4	14	2	2	5	3	12	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14
47	3	3	5	3	14	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
49	3	3	5	3	14	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16

50	3	3	3	2	11	2	2	3	3	10	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14
51	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
52	5	5	4	5	19	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	5	5	18
53	4	4	4	4	16	3	3	5	3	14	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
55	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
56	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
57	5	4	4	4	17	4	4	5	3	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
58	3	3	3	4	13	2	2	3	4	11	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
59	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
61	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
62	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
63	4	4	5	5	18	3	4	4	4	15	5	5	4	3	17	4	4	3	4	15
64	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
65	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
66	3	2	3	1	9	3	3	4	2	12	2	3	3	3	11	1	3	3	2	9
67	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
69	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
70	3	4	3	4	14	3	3	5	4	15	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20	4	3	5	4	16	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19
72	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	3	3	14
73	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16
74	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13

75	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
77	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	5	3	3	15	4	5	4	4	17
78	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	4	3	15
79	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
80	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	4	3	15
81	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
82	5	5	5	4	19	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
83	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
84	3	4	3	3	13	3	3	5	5	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
85	3	4	4	3	14	2	2	4	4	12	4	4	5	5	18	4	3	3	4	14
86	4	4	3	3	14	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
87	4	4	3	3	14	3	3	4	3	13	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
88	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
89	4	4	4	3	15	3	3	5	4	15	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17



Lampiran 4. Frekuensi Jawaban Responden

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	26	29.2	29.2	29.2
	4.00	39	43.8	43.8	73.0
	3.00	18	20.2	20.2	93.3
	2.00	5	5.6	5.6	98.9
	1.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	31	34.8	34.8	34.8
	4.00	41	46.1	46.1	80.9
	3.00	15	16.9	16.9	97.8
	2.00	2	2.2	2.2	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	33	37.1	37.1	37.1
	4.00	31	34.8	34.8	71.9
	3.00	21	23.6	23.6	95.5
	2.00	4	4.5	4.5	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	20	22.5	22.5	22.5
	4.00	37	41.6	41.6	64.0
	3.00	27	30.3	30.3	94.4
	2.00	4	4.5	4.5	98.9
	1.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	



X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	11	12.4	12.4	12.4
	4.00	35	39.3	39.3	51.7
	3.00	31	34.8	34.8	86.5
	2.00	9	10.1	10.1	96.6
	1.00	3	3.4	3.4	100.0
Total		89	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	11	12.4	12.4	12.4
	4.00	35	39.3	39.3	51.7
	3.00	31	34.8	34.8	86.5
	2.00	9	10.1	10.1	96.6
	1.00	3	3.4	3.4	100.0
Total		89	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	46	51.7	51.7	51.7
	4.00	37	41.6	41.6	93.3
	3.00	6	6.7	6.7	100.0
Total		89	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	24	27.0	27.0	27.0
	4.00	50	56.2	56.2	83.1
	3.00	13	14.6	14.6	97.8
	2.00	2	2.2	2.2	100.0
Total		89	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	40	44.9	44.9	44.9
	4.00	44	49.4	49.4	94.4
	3.00	4	4.5	4.5	98.9
	2.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	40	44.9	44.9	44.9
	4.00	42	47.2	47.2	92.1
	3.00	7	7.9	7.9	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	27	30.3	30.3	30.3
	4.00	51	57.3	57.3	87.6
	3.00	10	11.2	11.2	98.9
	2.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	31	34.8	34.8	34.8
	4.00	50	56.2	56.2	91.0
	3.00	8	9.0	9.0	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	32	36.0	36.0	36.0
	4.00	51	57.3	57.3	93.3
	3.00	4	4.5	4.5	97.8
	2.00	1	1.1	1.1	98.9
	1.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	



Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	22	24.7	24.7	24.7
	4.00	54	60.7	60.7	85.4
	3.00	12	13.5	13.5	98.9
	2.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	19	21.3	21.3	21.3
	4.00	50	56.2	56.2	77.5
	3.00	19	21.3	21.3	98.9
	2.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5.00	20	22.5	22.5	22.5
	4.00	57	64.0	64.0	86.5
	3.00	11	12.4	12.4	98.9
	2.00	1	1.1	1.1	100.0
	Total	89	100.0	100.0	



Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1
X1.1	Pearson Correlation	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X1.2	Pearson Correlation	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X1.3	Pearson Correlation	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X1.4	Pearson Correlation	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	89	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	4

Correlations

Correlations

		X2
X2.1	Pearson Correlation	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X2.2	Pearson Correlation	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X2.3	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X2.4	Pearson Correlation	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	89	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	4

Correlations

Correlations

		X3
X3.1	Pearson Correlation	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X3.2	Pearson Correlation	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X3.3	Pearson Correlation	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
X3.4	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	89	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	4

Correlations

Correlations

		Y
Y1	Pearson Correlation	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
Y2	Pearson Correlation	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
Y3	Pearson Correlation	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89
Y4	Pearson Correlation	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	89

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	89	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	4

Lampiran 6. Regresi Linier Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	16.4045	2.23972	89
X1	15.9213	2.93577	89
X2	15.4719	2.59847	89
X3	17.1798	1.93392	89

Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.636	.637	.589
	X1	.636	1.000	.641	.569
	X2	.637	.641	1.000	.494
	X3	.589	.569	.494	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.000
	X2	.000	.000	.	.000
	X3	.000	.000	.000	.
N	Y	89	89	89	89
	X1	89	89	89	89
	X2	89	89	89	89
	X3	89	89	89	89

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.736 ^a	.542	.525	1.54294	1.854

- a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1
b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.082	3	79.694	33.476	.000 ^a
	Residual	202.356	85	2.381		
	Total	441.438	88			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.308	1.502		2.202	.030
	X1	.206	.079	.269	2.607	.011
	X2	.283	.084	.329	3.364	.001
	X3	.317	.106	.273	2.996	.004

a. Dependent Variable: Y



Lampiran7. Surat Riset



**PT. PINDAD (PERSERO)
DIVISI MUNISI**



N o m o r : B. 69 /MU/III/2014
Klasifikasi : Biasa
Lampiran : - lembar
Perihal : Riset / Survey

Turen, 18 Maret 2014

Kepada
Yth. A.n .Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
Universitas Brawijaya
Malang – 65145
Jalan MT. Haryono 163

1. Memperhatikan surat Saudara nomor : 3131/UN10.3/PG/2014 Perihal Riset / Survey
An. Husni Falah Wijaya Nim. 105030201111056 Program Studi Administrasi Bisnis
2. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, bersama ini diberitahukan bahwa PT. Pindad (Persero) Turen Malang dapat menerima mahasiswa untuk melaksanakan Riset / Survey mulai tanggal : 07 April 2014 s/d 07 Mei 2014.

Adapun persyaratan yang diperlukan sebagai berikut :

- a. Mengikuti *tes kesetiaan* memasuki PT. Pindad (Persero) pada :
Tanggal : 01 April 2014.
Pukul : 07.35 WIB (memakai almamater) dengan melampirkan :
 - 1) Proposal yang disetujui oleh Dosen Pembimbing (rangkap dua).
 - 2) Pas Foto memakai almamater berwarna ukuran 3 x 4 = 4 lembar.
 - 3) Pas Foto memakai almamater berwarna ukuran 4 x 6 = 2 lembar.
 - 4) Surat Keterangan Catatan Kepolisian dari Polsek setempat.
berserta 1 Lembar Foto copy
- b. Membuat laporan praktek / penelitian harus diketahui oleh pihak PT. Pindad (Persero).

Sebelum melaksanakan tes kesetiaan mohon koordinasi terlebih dahulu dengan staf Subdep Minu & Humas (telepon 0341-824462 pesawat 6297) atau menghubungi Sdr. Kukuh P. HP 081 233 25 60 68 , 081 93 7760 147

3. Demikian untuk menjadikan periksa, atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

PT. Pindad (Persero)
An. Ka Divisi Munisi

Ir. Agus Budhy S.
Ka Dep Umum

CURRICULUM VITAE

Nama : Husni Falah Wijaya
Tempat Tanggal Lahir : Klaten, 06 Mei 1992
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Alamat Asal : Batur RT 03/03, Kelurahan Tegalrejo, Kecamatan
Ceper, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah
Alamat di Malang : Jl. Kembang Kertas Kavling 17A Malang
No. HP : +6285642178787
Email : husnifalahw@gmail.com

Pendidikan

1. Tahun 1996 – 1998 : TK Masithoh
2. Tahun 1998 – 2004 : SD Negeri 1 Ceper
3. Tahun 2004 – 2007 : MTs PPMI Assalaam
4. Tahun 2007 – 2010 : SMA Negeri 1 Klaten
5. Tahun 2010 – 2014 : Administrasi Bisnis FIA UB

Pengalaman Organisasi

1. Tahun 2011-2012 : Staff Media SEC FIA UB
2. Tahun 2012-2013 : Tim Bidang Internal UKM TEGAZS UB

Pengalaman Kerja

1. Tahun 2013 : Magang di Jambuluwuk Batu *Resort*, Kota
Batu - Jawa Timur

