

**HUBUNGAN EFEKTIVITAS PROGRAM CSR/PKBL PT TIMAH TBK
DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI PADA *STAKEHOLDERS*
WILAYAH RING 1 KECAMATAN MUNTOK, BANGKA BARAT)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun Oleh:

GESI GRIA PINKY

07031181520010

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PRODI ILMU KOMUNIKASI INDRALAYA

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN EFEKTIVITAS PROGRAM CSR/PKBL PT TIMAH TBK
DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI PADA *STAKEHOLDERS*
WILAYAH RING 1 KECAMATAN MUNTOK, BANGKA BARAT)**

SKRIPSI

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 29 April 2019

Ketua :

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si.
NIP. 196012091989122001

Anggota :

1. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si.
NIP. 198411052008121003

Mengetahui,

Dekan FISIP

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Prof. Dr. Klagus M. Sobri, M.Si.
NIP. 196311061990031001

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul "HUBUNGAN EFEKTIVITAS PROGRAM CSR/PKBL PT TIMAH TBK DENGAN REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI PADA *STAKEHOLDERS* WILAYAH RING 1 KECAMATAN MUNTOK, BANGKA BARAT)" telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal :

Inderalaya, 29 April 2019

Pembimbing :

1. Dr. Retna Mahriani, M.Si.

NIP. 196012091989122001

2. Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si.

NIP. 198411052008121003

Penguji :

1. Nurly Meilinda, S.Ikom., M.Ikom.

NIP. 199005142015042001

2. Oemar Madri Bafadhal, S.Ikom., M.Si.

NIP. 199208222018031001

Mengetahui, 10/5/19
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gesi Gria Pinky
NIM : 07031181520010
Tempat dan Tanggal Lahir : Mentok, 18 Nopember 1997
Program Studi / Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk Dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,
Yang membuat pernyataan,



GESI GRIA PINKY
NIM. 07031181520010

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis curahkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul dari skripsi ini adalah “Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk Dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat”.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan tentunya atas dasar bimbingan, petunjuk dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta rasa hormat yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya;
2. Bapak Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya;
3. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia membimbing penulis, memberikan ilmu dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian penulisan skripsi ini;
4. Ibu Dra.Hj. Rogaiyah, M.Si dan ibu Ermanovida, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji proposal penelitian skripsi saya dan yang memberikan ilmu dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini;
5. Ibu Nurlly Meilinda S.Ikom., M.Ikom. dan Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.Ikom., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan pengetahuan dan saran yang sangat bermanfaat dalam skripsi ini;
6. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah mendidik dan berbagi ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan studi strata satu saya;
7. Kedua orang tua saya (Mamak Eriyani dan Ayah Abang Alfian), Terimakasih atas doa, kasih sayang, cinta, semangat, motivasi serta memberikan dorongan dan dukungan yang tak terhingga demi keberhasilannya anaknya;

8. PT Timah Tbk yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti program CSRnya serta memberikan informasi dan data yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini;
9. Seluruh staff dan karyawan FISIP UNSRI tekhusus jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan banyak bantuan terutama dalam urusan administrasi;
10. Semua pihak yang terlibat dan telah membantu proses penelitian ini sampai penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebut satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki penulisan pada skripsi ini agar tidak terjadi lagi kesalahan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya, baik itu untuk para peneliti lain maupun penulis sendiri.

Indralaya, April 2019
Penulis,

Gesi Gria Pinky
NIM. 07031181520010

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk Dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana efektivitas program CSR/PKBL PT Timah Tbk, apakah ada hubungan antara efektivitas program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan reputasi perusahaan dan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara efektivitas program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan reputasi perusahaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) teori efektivitas program menurut Edy Sutrisno bahwa untuk mengukur efektivitas program mempunyai lima dimensi yaitu, Pemahaman Program, Tepat Sasaran, Tepat Waktu, Tercapainya Tujuan, dan Perubahan Nyata. (2) teori Reputasi Perusahaan oleh Formbrun untuk mengukur reputasi perusahaan mempunyai empat dimensi yaitu, Kredibilitas, Terpercaya, Keterandalan, dan Tanggung Jawab Sosial. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data deskriptif kuantitatif dan eksplanatif. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Program CSR/PKBL PT Timah Tbk efektif dan terdapat hubungan yang positif yang kuat antara efektivitas program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan reputasi perusahaan. Dari hasil pengujian hipotesis tersebut terbukti bahwa “Terdapat Hubungan yang positif antara Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk Dengan Reputasi Perusahaan”. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci: Efektivitas Program, CSR, PKBL, Reputasi Perusahaan

Pembimbing I

Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II

Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003

Indralaya, Mei 2019
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

This research is entitled "PT Timah Tbk. CSR/PKBL Effectiveness Program. With Corporate Reputation (Study on Ring 1 Region Stakeholders in Muntok District, West Bangka. "This study aims to learn how to use PT Timah Tbk's CSR/PKBL program. PT Timah Tbk's CSR/PKBL program with company ownership and to know the importance of CSR/PKBL partnership programs. PT Timah Tbk's CSR/PKBL with the company's interests The theories used in this study are (1) the theories used in Edy Sutrisno's five-dimensional research program namely, Understanding Program, Right Target, Timely, Achievement of Goals, and Real Change. (2) Theory The Company's reputation by Formbrun for measuring corporate partnerships has four dimensions, namely, Credibility, Trustworthiness, Reliability, and Social Responsibility. This study uses a quantitative method with a type of quantitative and explanatory data deskriptif. The technique of collecting data using questionnaires and observations. show that the CSR/PKBL Program PT Timah Tbk is effective and is associated with a positive relationship between the strong PT Timah Tbk CSR / PKBL program and corporate reputation. From the results of testing this hypothesis it was proven "There is a positive relationship between the Effectiveness of PT Timah Tbk's CSR / PKBL Program and the Corporate Reputation ". Then H1 is accepted and H0 is rejected.

Keywords: Effectiveness Program, CSR, PKBL, Corporate Reputation

Pembimbing I

Dr. Retna Mahriani, M.Si
NIP. 196012091989122001

Pembimbing II

Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si
NIP. 198411052008121003

Indralaya, Mei 2019
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1. Landasan Teori	10
2.2. Penelitian Terdahulu	10
2.3. Public Relations	12
2.4. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
2.5. Program Kemitraan & Bina Lingkungan (PKBL)	18
2.6. Efektivitas	20
2.7. Reputasi Perusahaan	21
2.8. Teori-Teori Efektivitas Program & Reputasi PERusahaan.....	22
2.9. Teori Yang Digunakan	25
2.10. Kerangka Teori	26

2.11. Kerangka Pemikiran	27
2.12. Hipotesis	29
BAB III Metode Penelitian	30
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Definisi Konsep	30
3.3. Definisi Operasional	31
3.4. Unit Analisis Penelitian	32
3.5. Populasi dan Sampel.....	32
3.5.1. Populasi.....	32
3.5.2. Sampel	33
3.6. Data dan Sumber Data	36
3.6.1. Data Primer	36
3.6.2. Data Sekunder.....	36
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	37
3.7.1. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	37
3.7.2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
3.8. Teknik Pengumpulan data	38
3.9. Konversi Skala Ordinal ke Interval (MSI).....	39
3.10. Uji Normalitas Data	40
3.11. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	40
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	44
4.1. Gambaran Umum PT Timah Tbk	44
4.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)/PKBL PT Timah Tbk	47
4.3. Gambaran Umum Kecamatan Muntok	50
BAB V PEMBAHASAN	52
5.1. Pengujian Persyaratan Statistik.....	53
5.1.1. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	53
5.1.2. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	55
5.1.3. Uji Normalitas Data	56
5.2. Identitas Responden.....	57
5.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58

5.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	58
5.3. Pemahaman Program	60
5.3.1 Pengetahuan Masyarakat Terhadap Program.....	60
5.4. Tepat Sasaran.....	64
5.4.1. Ketepatan Penerima Manfaat	64
5.5. Tepat Waktu.....	68
5.5.1. Manajemen Waktu Program CSR/PKBL PT Timah Tbk	68
5.6. Tercapainya Tujuan	72
5.6.1. Tercapainya Tujuan Perusahaan	72
5.7. Perubahan Nyata	75
5.7.1. Perubahan Kondisi Masyarakat	76
5.8. Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Masing-Masing Dimensi.....	79
5.9. Tingkat Pencapaian Variabel Efektivitas Program.....	80
5.10. Kredibilitas	82
5.10.1. Kepercayaan Dari Masyarakat	82
5.11. Terpercaya	85
5.11.1. Memiliki Kualitas Program Yang Baik	85
5.12. Keterandalan	89
5.12.1. Menjadi Andalan Masyarakat	89
5.13. Tanggung Jawab Sosial	92
5.13.1. Mewujudkan Kepedulian Kepada Masyarakat	92
5.14. Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Masing-Masing Dimensi.....	97
5.15. Tingkat Pencapaian Variabel Reputasi Perusahaan.....	97
5.16. Analisis Data Dengan Teknik Analisis Eksplanatif.....	98
5.16.1. Uji Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	99
BAB VI PENUTUP	102
6.1. Kesimpulan	102
6.2. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Produksi Timah.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	31
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Kecamatan Muntok	33
Tabel 3.3 Jumlah Populasi Penelitian.....	36
Tabel 3.4 Instrumen Skala Numerik	42
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	43
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Muntok Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Kecamatan Muntok Berdasarkan Agama	51
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kecamatan Muntok Berdasarkan Desa/Kelurahan	51
Tabel 5.1 Kriteria Penilaian Berdasarkan Skor	52
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel X	53
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	54
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	55
Tabel 5.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	56
Tabel 5.6 Hasil Uji Normalitas Data	57
Tabel 5.7 Kategori Pencapaian Masing-Masing Dimensi.....	59
Tabel 5.8 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Pemahaman Program	60
Tabel 5.9 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Tepat Sasaran	65
Tabel 5.10 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Tepat Waktu	68
Tabel 5.11 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Tercapainya Tujuan.....	72
Tabel 5.12 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Perubahan Nyata	76
Tabel 5.13 Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Masing-Masing Dimensi	79

Tabel 5.14 Tingkat Pencapaian Variabel Efektivitas	
Program CSR/PKBL PT Timah Tbk	80
Tabel 5.15 Kategori Pencapaian Masing-Masing Dimensi.....	81
Tabel 5.16 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Kredibilitas	82
Tabel 5.17 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Terpercaya	86
Tabel 5.18 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi Keterandalan ...	89
Tabel 5.19 Distribusi Jawaban dan Tingkat Pencapaian Dimensi	
Tanggung Jawab Sosial	93
Tabel 5.20 Rekapitulasi Tingkat Pencapaian Masing-Masing Dimensi	97
Tabel 5.21 Tingkat Pencapaian Variabel Reputasi Perusahaan	98
Tabel 5.22 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	99
Tabel 5.23 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	100
Tabel 5.24 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	101

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Reputasi Perusahaan	22
Bagan 2.2 Alur Pemikiran.....	29
Bagan 4.1 Struktur Organisasi PT Timah Tbk	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penerimaan Zamrud CSR.....	6
Gambar 2.1 <i>Triple Bottom Lines</i> Dalam CSR.....	16

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Diagram 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden Validitas
- Lampiran 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian
- Lampiran 4. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian
- Lampiran 5. Hasil Jawaban Kuesioner
- Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas Data
- Lampiran 7. Hasil Uji Korelasi *Product Moment*
- Lampiran 8. Dokumentasi Kegiatan Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dan komunikasi pada dasarnya tidak dapat dipisahkan satu sama lain, manusia dalam menjalin hubungan dengan lingkungan sosialnya, akan berusaha agar dirinya dapat diterima dengan terbuka oleh lingkungannya, berbagai cara dan upaya dilakukan agar tidak ada lagi jurang pemisah diantara keduanya. Sejalan adanya komunikasi tersebut, dalam suatu perusahaan komunikasi sangat diperlukan demi terjalannya hubungan baik dengan *stakeholders*, hal ini biasa dikenal dengan komunikasi korporat.

Dalam dunia kehumasan komunikasi korporat berperan penting demi kemajuan perusahaan tersebut. Dari komunikasi korporat inilah perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosial/*Corporate Social Responsibility*(CSR) kepada *stakeholders*nya, karena pada dasarnya perusahaan tidak boleh hanya memikirkan keuntungan finansial bagi perusahaannya saja. Melainkan pula harus memiliki kepekaan dan kepedulian terhadap publik khususnya masyarakat yang tinggal di sekitar perusahaan.

Dari pandangan bisnis, CSR sebagai bagian dari etika bisnis, dimana etika bisnis modern mengharuskan dan mewajibkan sebuah program yang tidak hanya mengutamakan *profit*, tetapi juga *people* dan *planet*. Menurut Petkoski dan Twose dalam Argenti (2010: 131) CSR yaitu sebagai komitmen bisnis untuk berperan dalam mendukung pembangunan ekonomi, bekerja sama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis dan pembangunan.

Riset mengindikasikan bahwa efek CSR bertumbuh, dengan lebih dari satu setengah eksekutif bisnis yang mempercayai bahwa sebuah komitmen yang diakui terhadap tanggung jawab korporat memberikan “banyak” kontribusi untuk reputasi perusahaan keseluruhan. Sedangkan reputasi perusahaan itu sendiri menurut Fombrun dalam Ardiyanto (2013: 69) adalah sebuah representasi perseptual dari tindakan masa lalu dan prospek masa depan yang menggambarkan

daya tarik keseluruhan perusahaan untuk semua konstituen utamanya ketika membandingkan dengan pesaing terkemuka lainnya.

Perusahaan yang biasa mendapat sorotan pada CSR-nya adalah perusahaan pertambangan. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut mengambil hasil alam sehingga dampaknya lebih terasa serta berpotensi mengubah lingkungan. Salah satunya adalah PT Timah Tbk, perusahaan ini tak luput dari pengawasan tajam dari masyarakat. Dengan tingginya hasil produksi dalam industri timah, aktivitas pertambangan otomatis menjadi salah satu aktivitas terpenting. Terjadinya perseteruan dengan masyarakat pun kerap terjadi akibat aktivitas penambangan di darat dan dilaut walaupun Izin Usaha Pertambangan (IUP) sudah ada.

Banyak persepsi negatif yang timbul dari aktivitas pertambangan, baik itu dari segi lingkungan, kesehatan, dan bahkan ingin menghentikan usaha pertambangan dengan menggantinya ke sektor lain. Persepsi negatif akibat dampak yang ditimbulkan tersebut ditakutkan akan menjadi bumerang bagi PT Timah Tbk dalam membangun reputasi perusahaan.

Hal tersebut kembali ditegaskan oleh Ruslan (1998: 323) yang memaparkan bahwa reputasi perusahaan terkait dengan persepsi para *stakeholders*. Reputasi merupakan refleksi dari apa yang telah dikatakan oleh *stakeholders* terhadap penilaian perilaku perusahaan bersangkutan selama melakukan kegiatannya. Reputasi organisasi dalam benak *stakeholders* memainkan peran penting dalam membentuk perilaku mereka dan proses pembuatan keputusan yang berkaitan dengan organisasi. Oleh karena itu, untuk tetap bertahan, PT Timah Tbk harus mampu memperkecil resiko perubahan lingkungan dan melakukan pengelolaan yang lebih baik serta bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar melalui Tanggung Jawab Sosial/CSR.

Berdasarkan buku yang berjudul “*Corporate Social Responsibility*” karangan Untung (2008: 6-7) mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan yakni dapat mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan. Reputasi positif yang dimiliki oleh perusahaan merupakan asset penting yang harus dilindungi dan dikembangkan dimana reputasi sendiri

tidak hanya dinilai dari aspek finansial, namun termasuk seberapa baik penilaian *stakeholders* terhadap komitmen perusahaan dalam memenuhi harapan *stakeholders* tersebut.

Masing-masing *stakeholders* mempunyai penilaian tersendiri terhadap perusahaan, terkait berbagai aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Termasuk dalam hal ini aktivitas program CSR perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan perlu melibatkan *stakeholders* dalam proses penilaian efektivitas terhadap program CSR perusahaan. Penting untuk mengetahui penilaian *stakeholders* mengenai pelaksanaan program tersebut. Penilaian *stakeholders* mengenai program CSR sangat menentukan apakah program CSR tersebut efektif dan memiliki keterkaitan dengan reputasi perusahaan.

Komitmen dan kepedulian PT Timah Tbk terhadap masyarakat tersebut sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 Tentang Pertambangan Mineral dan Batubara. Pokok-pokok pikiran dalam undang-undang ini, antara lain, menyebutkan bahwa usaha pertambangan harus memberi manfaat ekonomi dan sosial yang sebesar-besarnya bagi kesejahteraan rakyat Indonesia; usaha pertambangan harus dapat mempercepat pengembangan wilayah dan mendorong kegiatan ekonomi masyarakat/pengusaha kecil dan menengah serta mendorong tumbuhnya industri penunjang pertambangan, dan dalam rangka terciptanya pembangunan berkelanjutan, kegiatan usaha pertambangan harus dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip lingkungan hidup, transparansi, dan partisipasi masyarakat. (Sumber: Divisi Akuntansi, Annual Report PT Timah Tbk 2017).

Dengan begitu, PT Timah Tbk sangat memahami betapa pentingnya menjaga hubungan baik dengan masyarakat, tidak hanya masyarakat saja tetapi juga seluruh *stakeholders* yang terlibat. Hal itu tak terlepas dari keterlibatan masyarakat sebagai tuan rumah daerah di mana sekaligus tempat pertambangan timah dilakukan, dengan kata lain PT Timah Tbk ada karena masyarakat, dan selalu ada untuk masyarakat. Perusahaan ini banyak memberi kontribusi besar bagi kemajuan Bangka Belitung, yakni dengan adanya program CSR yang diberikan.

Melalui kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/CSR PT Timah Tbk berkomitmen memberikan hubungan timbal balik yang positif antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan(*stakeholders*). Di mana CSR itu sendiri terbagi menjadi dua yakni: 1. Program Kemitraan & Bina Lingkungan, 2. PPM (*Community Development*). Namun pada penelitian ini penulis hanya memfokuskan pada PKBL saja, sesuai dengan Pasal 2 ayat (1) yang menyatakan bahwa setiap Perum dan Persero wajib untuk melaksanakan kegiatan PKBL dan di dalam perusahaan BUMN tanggung jawab sosial disebut sebagai PKBL. Pengelolaan PKBL PT Timah Tbk awalnya dilaksanakan oleh Unit Kerja PKBL pada tahun 1999. Namun pada tahun 2012 pengelola dana PKBL masuk dalam Divisi PKBL & CSR yang berada langsung dibawah Direktorat Sumber Daya Manusia.

Program Kemitraan (PK) adalah program yang diberikan dalam bentuk pinjaman (dana bergulir) untuk membiayai modal kerja dan atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan. Sedangkan Bina Lingkungan (BL) adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana BUMN yang dibebankan langsung menjadi biaya operasional perusahaan. (Sumber: Laporan PKBL 2017)

Berikut ini ada dua alasan mengapa penulis tertarik melakukan penulisan mengenai Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk Dengan Reputasi Perusahaan, yakni:

- 1. PT Timah Tbk adalah perusahaan dengan produksi timah terbesar nomor dua setelah China**
- 2. PT Timah Tbk menerima Zamrud CSR dalam ajang Nusantara CSR Awards**

Kedua alasan diatas akan dijelaskan satu persatu oleh penulis secara rinci sebagai berikut:

1.1.1 PT Timah Tbk adalah perusahaan dengan produksi timah terbesar nomor dua setelah China

Sebagai salah satu perusahaan tambang timah terbesar setelah China, bisa dibayangkan bahwa pesona timah mampu menarik negeri mana yang memandangnya. Timah Bangka Belitung inilah yang menghantarkan PT Timah Tbk ke peringkat tersebut. Potensi sumber daya alam yang satu ini memang sangat luar biasa, dan sudah eksis dari sejak bumi ini diciptakan Illahi.

Dari perjalanan sejarah, timah di Bangka Belitung sudah dieksploitasi jauh sebelum masa penjajahan Belanda. Ketika Belanda datang, dan mengetahui potensi ini, maka proses penambangan pun berlanjut hingga sekarang. Meski jutaan ton timah sudah terkeruk dari bumi Serumpun Sebalai, namun potensinya seolah tak pernah habis. Selalu saja ditemukan cadangan baru di wilayah kepulauan ini meski mungkin jumlahnya tak semelimpah dulu. Sebagai perusahaan yang masih dikuasi oleh negara, PT Timah Tbk semakin berupaya untuk menjadi produsen yang mengeluarkan produksi terbaik dan terbukti kini menjadi produsen terbesar nomor dua di dunia setelah china pada tahun 2017.

Tabel 1.1 Daftar Poduksi Timah

No.	Perusahaan	Negara	Produksi Timah
1.	Yunnan Tin	China	74.500 ton
2.	PT Timah	Indonesia	30.200 ton
3.	Malaysia Smelting Corp	Malaysia	27.200 ton
4.	Yunnan Chengfeng	China	26.800 ton
5.	Minsur	Peru	18.000 ton
6.	EM Vinto	Bolivia	12.600 ton
7.	Guangxi China Tin	China	11.500 ton
8.	Thaisarco	Thailand	10.600 ton
9.	Metallo	Belgium	9.700 ton
10.	Gejiu Zi-Li	China	8.700 ton

Sumber: Kontan.co.id, diakses pada hari Rabu tanggal 3 Oktober 2018

Selain itu, PT Timah Tbk merupakan salah satu perusahaan pertambangan di Bangka Belitung yang menerapkan teknologi ramah

lingkungan, setiap produksi pertambangan selalu dilakukan dengan hati-hati dan penuh tanggung jawab termasuk daerah setelah ditambang, dan selalu melakukan berbagai reklamasi agar kerusakan alam bisa diminimalisir.

1.1.2 PT Timah Tbk menerima Zamrud CSR dalam ajang Nusantara CSR Awards

PT Timah Tbk kembali menoreh penghargaan berupa Zamrud CSR melalui ajang Nusantara CSR Awards yang dihelat oleh The La Tofi School of CSR. Zamrud CSR merupakan penghargaan tertinggi karena integrasi berbagai pendekatan dan kategori terbaru yang diterima atas dedikasi dan kontribusi PT Timah Tbk dalam membangun jalan baru yang menghubungkan dua desa. Penghargaan ini diberikan karena program CSR yang diberikan cukup terintegrasi dengan banyak pendekatan serta memiliki dampak positif yang luas.

Gambar 1.1 Penerimaan Zamrud CSR



Sumber: bangka.tribunnews.com, diakses pada hari Jum'at tanggal 26 Oktober 2018

Hal ini membuktikan bahwa perusahaan tidak hanya dituntut mencari keuntungan semata, melainkan juga harus memberikan solusi dan kesejahteraan untuk masyarakat melalui Program CSR/PKBL sehingga memperjelas bahwa tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan PT Timah Tbk sudah sejalan dengan harapan pemerintah dan selaras dengan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Meskipun demikian, tidak selamanya program CSR perusahaan dapat berjalan mulus sesuai dengan target. Hasil program yang sudah dirancang perusahaan, ada kalanya tidak mendapatkan respon positif dari publik sasarannya, sehingga perlu dilakukan pengukuran efektivitas. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis memilih Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan Reputasi Perusahaan karena penelitian ini menarik untuk diteliti.

Penulis akan melihat hubungan yang terjadi diantara dua variabel dengan mengukur seberapa efektif program CSR/PKBL yang dilakukan berhubungan dengan reputasi perusahaan. Semakin baiknya program CSR/PKBL yang dilakukan akan berhubungan dengan reputasi perusahaan. Tingkat efektivitas program menunjukkan seberapa besar keberhasilan PT Timah Tbk dalam melaksanakan CSR/PKBL. Sedangkan reputasi perusahaan menjadi tolak ukur dari pelaksanaan CSR/PKBL itu sendiri. Jadi secara teori, hubungan adalah mengukur derajat keeratan (korelasi) antara dua variabel baik yang sudah jelas secara literatur berhubungan atau sesuatu masalah yang akan diteliti.

Begitu juga populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau *stakeholders* PT Timah Tbk wilayah Kecamatan Muntok Bangka Barat yang terdiri dari 7 (tujuh) desa/kelurahan, alasan mengapa penulis memilih wilayah tersebut karena wilayah operasional Unit Metalurgi (pabrik produksi timah) berada di kawasan Muntok, dengan begitu penulis memilih keseluruhan desa/kelurahan tersebut untuk dijadikan sampel karena didalam setiap desa tersebut pasti ada yang menerima bantuan CSR/PKBL dari PT Timah Tbk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dari permasalahan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk (Studi Pada *Stakeholders* PT Timah Tbk Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)?
- 1.2.2 Apakah terdapat Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* PT Timah Tbk Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)?
- 1.2.3 Seberapa besar keeratan Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* PT Timah Tbk Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka penulisan ini bertujuan untuk

- 1.3.1 Untuk mengetahui Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk (Studi Pada *Stakeholders* PT Timah Tbk Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)?
- 1.3.2 Untuk mengetahui Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* PT Timah Tbk Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)
- 1.3.3 Untuk mengetahui keeratan Hubungan Efektivitas Program CSR/PKBL PT Timah Tbk dengan Reputasi Perusahaan (Studi Pada *Stakeholders* PT Timah Tbk Wilayah Ring 1 Kecamatan Muntok, Bangka Barat)

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis:

1. Hasil penulisan ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan wawasan bagi para mahasiswa, khususnya mahasiswa Universitas Sriwijaya mengenai pentingnya CSR bagi suatu instansi.
2. Penulisan ini diharapkan juga bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi pada umumnya dan Ilmu Public Relations khususnya mengenai keefektifan program CSR.
3. Penulisan ini juga diharapkan dapat digunakan oleh para mahasiswa sebagai referensi untuk penulisan selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis:

1. Menjadi pertimbangan evaluasi dalam melaksanakan program CSR terutama dalam hal yang menyangkut tentang reputasi perusahaan di masa yang akan datang
2. Sebagai salah satu bahan masukan untuk PT Timah Tbk untuk terus meningkatkan reputasi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Akdon. 2006. *Strategic Managemen for Educational Management*. Bandung: Alfabeta.
- Ardiyanto, Elvinaro. 2013. *Handbook Of Public Relation: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Argenti, Paul A. 2010. *Komunikasi Korporat*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Azheri, Busyra. 2012. *Corporate Social Resonsibility: Dari Voluntary Menjadi Mondatory*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Effendi, Arief. 2009. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Harjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi:Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Grasindo
- Jefkins, Frans. 2004. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Prasetijo, Ristiyanti dan John Ihalauw. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rumanti, Maria A. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*, Jakarta: PT Grasindo
- _____. 1998. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sajarwo. 2007. *Analisis Kebutuhan Masyarakat*. Ygyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainabiity*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sudaryono. 2017. *Metode Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Edi. 2007. *Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri*. Bandung: PT Reefika Aditama

- Sutrisno, Edy. 2007. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- _____. 2010. *Budaya Organisasi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- _____. 2009. *Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Untung, Hendrik B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.
- Zainal, Rabin I. 2006. *Best Practices: Corporate Social Responsibility (CSR)*. Palembang: Badan Penerbit FE Unsri.

Skripsi:

- Ayu, Elva Putri K. 2015. *Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Brand Awareness dan Corporate Reputation Bank Mandiri (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro. Di akses pada tanggal 18 November 2018.
- Gasim, Gaudenius. 2016. *Hubungan Kemampuan Mengelola Waktu Dengan Kebiasaan Proskatinasi Penulisan*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. Di akses pada tanggal 03 April 2019.
- Mayangsari, Efriska Ginasti. 2016. *Efektivitas Komunikasi CSR Dalam Pembentukan Reputasi PT Krakatau Posco (Kasus Keluarahan Kubangsari, Kecamatan Ciwandan, Kota Cilegon, Provinsi Banten)*. Skripsi Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat. Bogor: Intitut Pertanian Bogor. Di akses pada tanggal 16 November 2018.
- Ruchiyati, Erlytha. 2016. *Analisa Strategi Program Corporate social Responsibility (CSR) PT Telkomsel Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan (Analisis Program Mudik Bareng Telkkomsel 2015)*. Skripsi Ilmu Komunikasi. Depok: Universitas Indonesia. Di akses pada tanggal 16 November 2018.
- Syahrani, Damayanti. 2017. *Hubungan Komunikasi CSR Dalam Pembentukan Reputasi Perusahaan (Kasus Program CSR PT ANTAM (Persero) Tbk,*

Desa Malasari, Kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor, Jawa Barat).
Skripsi Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat.
Bogor: Institut Pertanian Bogor. Di akses pada tanggal 16 November 2018.

Jurnal:

Budiani, Ni Wayan. 2007. *Efektivitas Program Penanggulangan Pengangguran Karang Taruna “Eka Taruna Bhakti” Desa Sumerta Kelod Kecamatan Denpasar Timur Kota Denpasar.* Jurnal Ekonomi dan Sosial INPUT. Volume2No. 1. Di akses pada tanggal 02 November 2018.

Fajrina, Rani Sherly. 2012. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja.* Jurnal Manajemen Komunikasi Kekhususan Manajemen Korporasi. Jakarta: Universitas Indonesia. Di akses pada tanggal 02 November 2018.

Huda, Qomarul. 2015. *Analisis Kesesuaian Harapan Dan Persepsi Atas Kualitas Layanan (Service Quality) Pada Bank Umum Syariah Di Tulungagung.* Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Tulungagung: IAIN. Di akses pada tanggal 03 April 2019.

Sumber Lain:

Annual Report PT Timah Tbk 2017.

Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Website Resmi PT Timah Tbk (www.timah.com).

<http://bangka.tribunnews.com/> diakses pada tanggal 26 Oktober 2018.

<http://disdukcapil.bangkabaratkab.go.id/> diakses pada tanggal 16 November 2018.

<https://m.kontan.co.id> diakses pada tanggal 3 Oktober 2018.

<https://www.kompasiana.com/pelaksana/5a0be0c363b2485aee056ab3/membangun-csr-yang-berkelanjutan> diakses pada tanggal 03 April 2019.

<https://psikologi.ui.ac.id/2017/11/21/csr-adalah-proses-bukan-tujuan/>diakses pada tanggal 03 April 2019.

<https://goodcsr.wordpress.com/about/kepemimpinan-sosial-perusahaan/> diakses pada tanggal 03 April 2019.