

SKRIPSI

PENGARUH KEGIATAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. ARWANA ANUGERAH KERAMIK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

(STUDI PADA MASYARAKAT SEKITAR PABRIK PT. ARWANA ANUGERAH KERAMIK OGAN ILIR)



**Meila Lestari
07021181621014**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SKRIPSI

PENGARUH KEGIATAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. ARWANA ANUGERAH KERAMIK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

(STUDI PADA MASYARAKAT SEKITAR PABRIK PT. ARWANA ANUGERAH KERAMIK OGAN ILIR)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



**Meila Lestari
07021181621014**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“PENGARUH KEGIATAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) PT. ARWANA ANUGERAH
KERAMIK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1**

Oleh :

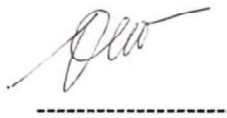
**MEILA LESTARI
07021181621014**

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

1. Dr. Yoyok Hendarso, MA.
NIP. 196006251985031005



06/9 - 2022

Pembimbing II

2. Dra. Eva Lidya, M.Si
NIP. 195910241985032002



06/9 - 2022

Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Dr. Diana Dewi Sartika , M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. ARWANA ANUGERAH KERAMIK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(Studi Pada Masyarakat Sekitar Pabrik PT. Arwana Anugerah Keramik Ogan Ilir)**

Skripsi

MEILA LESTARI
07021181621014

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 4 Oktober 2022

Pembimbing :

1. Dr. Yoyok Hendarso, M.A
NIP. 196006251985031005

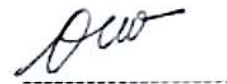
2. Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si
NIP. 195910241985032002

Penguji :

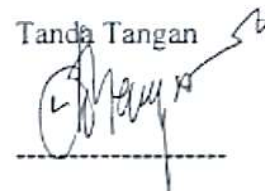
1. Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si
NIP. 196010021992032001

2. Gita Isvanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Tanda Tangan

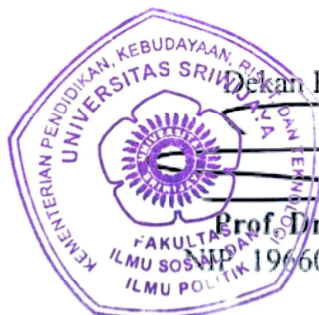


Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

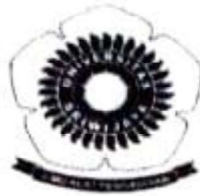


Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, TEKNOLOGI DAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Indralaya Kabupaten Ogan Ilir 30662

Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISIONLITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Meila Lestari

NIM : 07021181621014

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul "Pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Arwana Anugerah Keramik Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada Masyarakat Sekitar Pabrik PT. Arwana Anugerah Keramik Ogan Ilir)" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 01 september 2022

Yang buat pernyataan,

Meila Lestari

NIM 07021181621014

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“ Pandailah dalam bersyukur tentang segala hal,
sebelum nikmat syukur itu di ambil oleh allah Swt ”**

- Amihh Ajiq -

Skripsi ini saya persembahkan kepada

- 1. Bangsa dan Negara**
- 2. FISIP, Unsri**
- 3. Kedua Orang Tua**
- 4. Ayuk tercinta**
- 5. Suami tercinta**
- 6. Anak tercinta**
- 7. Keluarga**

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh, puji syukur atas nikmat dan karunia yang diberikan ALLAH SWT karena berkat rahmat, izin dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kegiatan Corporate Sosial Responsibility (Csr) Pt. Arwana Anugerah Keramik Terhadap Citra Perusahaan”**. Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan studi S-1 jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, serta pengalaman yang penulis miliki, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis banyak melibatkan berbagai pihak yang memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan baik secara lisan maupun tulisan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tuaku, Bapak Syarkowi Rianera dan Ibu Holilah yang sudah memberikan kesempatan dan dana kepada penulis untuk mendapatkan gelar sarjana. Terima kasih untuk doa, dukungan dan nasihat nya.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, M.SCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. H. Azhar, SH., M.Sc., LL.M, selaku Wakil Dekan I Bidang Kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si, selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

6. Ibu Gita Isyanawulan, S. Sos, MA, selaku Sekertaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Dr. Zulfikri Suleman, MA, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Bapak Dr. Yoyok Hendarso, MA, selaku pembimbing skripsi I yang telah banyak sekali memberikan ilmu, pemikiran serta bimbingan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
9. Ibu Dra. Eva Lidya, M.Si, selaku pembimbing ke II yang sudah banyak meluangkan waktu, pemikiran serta bimbingannya dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya kepada penulis selama masa perkuliahan.
11. Mba Yuni Yunita, S.Sos, yang baik hati dan tidak sombong selaku Admin Jurusan Sosiologi serta seluruh staff dan karyawan yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah membantu keperluan administrasi perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Saudari kandungku, Aprilena Noratilova dan Sari Dwi Fungsi terima kaish atas sumbangsi dana nya dalam perkuliahan ini semoga rezekinya makin lancar. Aamiin
13. Suami ku tercinta, Ferry Ramadhan terima kasih sudah memberiku dana dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Anakku tercinta, Muhammad Ar- Raziq terima kasih telah menemani amihh dalam menyelesaikan skripsi amih, dari mulai dalam kandungan ikut motoran dari indralaya-palembang sampai ajik lahir amih tinggal di rumah mama untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih nak, ajik begitu kuat dan tangguh sejak dalam kandungan amihh.
15. Keluarga besarku dan keluarga suamiku yang sudah selalu memberikan semangat dan tempat ku untuk menitipkan anakku dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Kelompok PPS dan KKS (Rif'atul Fadillah, Nanda Hanifah, Nabila Maharani Dan Muhammad Trysal) yang telah menemani, membantu dan

memberikan semangat kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

17. Vivit Widya Pratiwi, teman seperjuangan yang selalu menemani dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
18. Suep abdul fatah, yang sudah menemani, membantu dalam mengerjakan skripsi, memberi semangat, dan meramaikan hari-hari penulis.
19. Aidil syafitra terima kasih telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
20. Untuk teman-teman Teksos'16 yang telah kebersamai dari awal hingga selesainya skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan ini.
21. Dan seluruh pihak yang sudah terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis

Meila Lestari

RINGKASAN

PENGARUH KEGIATAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PT. ARWANA ANUGERAH KERAMIK TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

Oleh: Meila Lestari

Persaingan dunia bisnis semakin menuntut setiap perusahaan harus berprestasi, dan perusahaan pun berlomba-lomba memperoleh penilaian yang paling baik dari khalayak ramai. Dengan adanya aktivitas CSR ini diharapkan perusahaan serta perindustrian dapat melibatkan diri dalam meningkatkan perekonomian yang sehat serta tak lupa tetap memperhatikan lingkungannya dengan menjaganya. Tujuan umum dari riset yang dilakukan yakni mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Arwana terhadap Citra Perusahaan di masyarakat sekitar pabrik PT Arwana Ogan Ilir. Metode kuantitatif dipilih untuk kemudian dipergunakan didalam riset ini dengan sifat asosiatifnya. Hasil dari studi yakni deskripsi data pada variabel kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) PT. Arwana Anugerah Keramik berada dalam kategori pencapaian yang sangat tinggi kemudian pada variabel citra perusahaan berada dalam kategori tingkat pencapaian yang sangat tinggi juga, dengan persentase sebesar 86,96%. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kegiatan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan, hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji hipotesis Perason product moment $t_{hitung} (0,786) > t_{tabel} (0,393)$, kemudian berdasarkan hasil r -hitung 0,786 dapat diketahui bahwa tingkat Pengaruh Kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT. Arwana Anugerah Keramik terhadap Citra Perusahaan.

Kata kunci : Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Citra Perusahaan, Perekonomian.

Indralaya, 15 November 2022

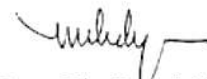
Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Yoyok Hendarso, MA.
NIP:196006251985031005

Pembimbing II



Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si.
NIP:195910241985032002

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si
NIP: 198002112003122003

SUMMARY

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) ACTIVITIES PT. ARWANA ANUGERAH CERAMIC ON COMPANY IMAGE

By: Meila Lestari

Competition in the business world is increasingly demanding that every company has to excel, and companies are also competing to get the best assessment from the general public. With this CSR activity, it is hoped that companies and industry can be involved in promoting a healthy economy and not forgetting to pay attention to the environment by taking care of it. The general objective of the research conducted is to identify and measure the influence of the Corporate Social Responsibility (CSR) activities of PT. Arwana to the Company's Image in the community around the PT Arwana Ogan Ilir factory. The quantitative method was chosen to be used in this research with its associative nature. The result of the study is a description of the data on the variable of corporate social responsibility (CSR) activities of PT. Arowana Anugerah Ceramics is in the category of very high achievement, then the corporate image variable is in the category of a very high level of achievement as well, with a percentage of 86.96%. There is a significant influence between corporate social responsibility activities on corporate image, this is evidenced by the results of the Personnel product moment hypothesis test $t_{count} (0.786) > t_{table} (0.393)$, then based on the results of r -count 0.786 it can be seen that the level of influence of Corporate Social Responsibility Activities (CSR) PT. Arowana Ceramic Award for Corporate Image.

Keywords: Company, Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Image, Economy.

Indralaya, 15 November 2022

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Yoyok Hendarso, MA.

NIP:196006251985031005

Pembimbing II



Dra. Hj. Eva Lidya, M.Si.

NIP:195910241985032002

Ketua Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si

NIP: 198002112003122003

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITA	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Masalah	7
1.3.1 Tujuan Umum	7
1.3.2 Tujuan Khusus	7
1.3.3 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Pemikiran.....	16
2.2.1 Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.2.2 Konsep Citra Perusahaan	17
2.3 HIPOTESIS	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.1.2 Jenis dan Sifat Penelitian	23
3.2 Variabel Penelitian	23
3.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	24
3.3.1 Definisi Konsep	24

3.3.2	Definisi Operasional	25
3.4	Jenis dan Sumber Data	25
3.4.1	Data Primer	25
3.4.2	Data Sekunder	26
3.5	Populasi Dan Sampel	26
3.5.1	Populasi	26
3.5.2	Sampel	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data	27
3.6.1	Kuesioner	27
3.7	Validitas dan Reabilitas Instumen Penelitian	28
3.7.1	Validitas	28
3.7.2	Uji Reliabilitas	30
3.8	Teknik Pengolahan Data	31
3.8.1	Mengedit data	31
3.8.2	Mengkode data	31
3.8.3	Tabulasi data	31
3.8.4	Analisis data	31
3.9	Unit Analisis	31
3.10	Teknik Analisis Data	32
3.11	Persyaratan Pengujian Analisis	32
3.11.1	Normalitas Data	32
3.12	Teknik Pengujian Hipotesis	33
BAB IV	GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	36
4.1	Profile PT. Arwana Citramulia Tbk	36
4.1.1	Sejarah Perusahaan	36
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	39
4.1.3	Nilai-nilai Perusahaan	41
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.1.5	Penghargaan Perusahaan	44
4.2	Program Corporate Social Responsibility PT. Arwana	45
4.3	Pelaksanaan Program CSR PT. Arwana	46

4.4	Kondisi Umum Desa Tanjung Pering	47
4.5	Struktur Pemerintahan Desa	48
4.6	Nama Kepala Desa Tanjung Pering yang Pernah Menjabat	49
4.7	Pelaksanaan Program CSR di Desa Tanjung Pering	50
BAB V	PEMBAHASAN	52
5.1	Pengeditan Data.....	52
5.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	52
5.2.1	Uji Validitas	52
5.2.2	Uji Reliabilitas	54
5.3	Deskripsi Data	57
5.3.1	Karakteristik Responden.....	57
5.4	Variabel Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	57
5.4.1	Dimensi Ekonomi	58
5.4.2	Dimensi Sosial	59
5.4.3	Dimensi Lingkungan.....	60
5.5	Variabel Citra Perusahaan.....	62
5.5.1	Dimensi <i>Personality</i>	62
5.5.2	Dimensi <i>Reputation</i>	64
5.5.3	Dimensi <i>Value</i>	65
5.5.4	Dimensi <i>Identity Corporate</i>	65
5.6	Uji Hipotesis Penelitian.....	67
5.7	Uji Regresi Linier Sederhana	69
5.8	Koefisien Determinasi (R^2)	72
5.9	Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
6.1	Kesimpulan.....	77
6.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79	
LAMPIRAN.....	81	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional	25
Tabel 4.1 Tingkat Pendidikan	47
Tabel 4.2 Mata Pencarian.....	48
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk	48
Tabel 5.1 Skor Skala Likert	52
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 5.3 <i>Case Processing Summary</i>	54
Tabel 5.4 <i>Reliability Statistics</i>	54
Tabel 5.5 <i>Item – Total Statistics</i>	55
Tabel 5.6 Karakteristik Responden	57
Tabel 5.7 Kriteria Interpretasi Skor	58
Tabel 5.8 Dekripsi Jawaban Dimensi Ekonomi.....	58
Tabel 5.9 Deskripsi Jawaban pada Dimensi Sosial.....	60
Tabel 5.10 Deskripsi Jawaban Dimensi Lingkungan.....	61
Tabel 5.11 Rekapitulasi skor pencapaian variabel <i>corporate social responsibility</i> .	61
Tabel 5.12 Kriteria Interpretasi Skor	62
Tabel 5.13 Dekripsi Jawaban Dimensi <i>Personality</i>	63
Tabel 5.14 Deskripsi Jawaban pada Dimensi <i>Reputation</i>	64
Tabel 5.15 Deskripsi Jawaban Dimensi <i>Value</i>	65
Tabel 5.16 Deskripsi Jawaban Dimensi <i>Identity Corporate</i>	66
Tabel 5.17 Rekapitulasi Skor Pencapaian Citra Perusahaan.....	66
Tabel 5.18 Correlations.....	67
Tabel 5.19 Pedoman Penafsiran Nilai Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 5.20 Variables Entered/Removed ^b	69
Tabel 5.21 <i>Model Summary</i>	70
Tabel 5.22 ANOVA ^b	70
Tabel 5.23 Coefficients ^a	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan kerangka pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Identitas Perusahaan.....	36
Gambar 4.2 Lokasi dan Kontak Perusahaan	37
Gambar 4.3 Tonggak Sejarah Perusahaan	38
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Perusahaan	43
Gambar 4.5 Struktur Kepemilikan Perusahaan.....	44
Gambar 4.6 Penghargaan Perusahaan	44
Gambar 4.7 Pelaksanaan Program CSR.....	47
Gambar 4.8 Tabel Pelaksanaan Program CSR di Bidang Sosial	50

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tema yang mengakar kuat didalam perbisnisan era kini, serta menjadi tanggung jawab social perusahaan. Dijalankannya aktivitas CSR, perusahaan dapat memperoleh manfaat yang tidak sedikit serta potensial. Dapat dilihat bahwa perusahaan yang melakukan hal ini "berpenampilan baik" pada pelanggan potensial, investor, analis keuangan, mitra bisnis, laporan tahunan, berita, bahkan Kongres dan pengadilan (Kotler dalam Primadini 2008: 2). Dalam artian lain, CSR dapat menunjang produk maupun perusahaan untuk membangun citra yang terkesan baik bagi khalayak.

Howard R. Bowen (1953) pertama kalinya mengemukakan konsep CSR, dan telah diperkaya sejak tahun 1960. Selama 50 tahun terakhir, perkembangan konsep CSR tidak diragukan lagi telah mengubah arah CSR. Jika awalnya kegiatan CSR lebih didasarkan pada kegiatan amal, di era sekarang tak demikian, umumnya CSR dipergunakan dalam upaya untuk menaikkan citra perusahaan yang nantinya berpengaruh pada peningkatan keuangan perusahaan.

UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas memberikan kewajiban pada badan usaha untuk kemudian mempertanggung jawabkan sosialnya atau yang lebih dikenal dengan CSR. Oleh karena itu, meskipun tidak ada kewajiban untuk membuat laporan pertanggung jawabannya, namun CSR saat ini semakin menarik perhatian masyarakat, khususnya di dunia usaha.

Menjadi satu dari banyaknya pelaku ekonomi menjadikan perusahaan memegang peran yang dapat dikatakan sangatlah penting dalam keberlangsung hidup seluruh perekonomian serta khalayak. Meskipun

peranan penting dimainkan perusahaan didalam membuka lapangan pekerjaan, kekayaan, produk serta jasa, ada tekanan yang semakin besar bagi perusahaan dalam memainkan peran didalam masalah social yang berkaitan dengan pegawainya, pemangku kepentingan, khalayak, lingkungan, serta pemerintah. Jika tiap-tiap perusahaan berusaha keras menjalankan bisnisnya sendiri guna memaksimalkan keuntungan, tidak ada salahnya. Namun, indikator ekologi menunjukkan konsekuensi dari kebijakan yang salah pengusaha, yang menyebabkan kerusakan lingkungan yang serius. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang berkembang, ketimpangan sosial serta dapat merusak lingkungan sekitar juga dapat terjadi pada saat itu. Oleh karenanya, ada juga kesan mengurangi efek negatif tersebut, terbukti dengan banyaknya perusahaan yang ikut dalam melakukan pengembangan dengan yang disebut CSR.

Persaingan dunis bisnis semakin menuntut setiap perusahaan harus berprestasi, dan perusahaan pun berlomba-lomba memperoleh penilaian yang paling baik dari khalayak ramai. Berbagai upaya dilakukan perusahaan guna mempertahankan serta mengembangkan penilaian yang positif di mata khalayak ramai. Dengan adanya berbagai masalah yang menimpa masyarakat, muncullah konsep *CSR* yang menjadi kewajiban suatu perusahaan. Dalam proses menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, terdapat 3 aspek utama yang memerlukan perhatian perusahaan, yakni perusahaan, masyarakat beserta lingkungannya, tiga pendukung utama.

Dengan adanya aktivitas *CSR* ini diharapkan perusahaan serta perindustrian dapat melibatkan diri dalam meningkatkan perekonomian yang sehat serta tak lupa tetap memperhatikan lingkungannya dengan menjaganya. Di era kini pun focus perusahaan yang tak hanya tertuju pada keuangan perusahaan, lebih dari itu yang ikut mencakup aspek social juga lingkungannya dan menjadi 3 aspek kunci dari konsep *Sustainable*

Development. Sesuai sifat *CSR*, implementasi rencana *CSR* bisa dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

1. Rencana Pengembangan Masyarakat
2. Rencana Pengembangan Hubungan

Sasaran dari rencana *CSR* adalah: (1) Penguatan sumber daya manusia lokal (termasuk pelajar, pemuda dan mahasiswa); (2) Memberdayakan perekonomian masyarakat di sekitar kawasan usaha; (3) Membangun fasilitas sosial / umum, (4) Perkembangan kesehatan masyarakat, (5) urusan sosial budaya, dll.

Menurut Steinmetz (dalam Sutojo, 2004), citra perusahaan mengandung pengertian identitas perusahaan ataupun bentukan identitas. Pandangan seseorang tentang suatu perusahaan didasarkan pada semua yang telah diketahui serta diprediksi mengenai perusahaan terkait. Citra perusahaan telah menjadi pedoman untuk kebanyakan individu guna memutuskan suatu keputusan yang tidak main-main, misalnya perilaku konsumen dalam melakukan pembelian pada produk yang diproduksi perusahaan, perilaku konsumen yang menyarankan produk perusahaan pada orang sekitarnya, serta perilaku investor yang berinvestasi saham ataupun obligasi, penerbitan, perusahaan.

Sutojo (2004: 3) meyakini, citra positif yang dibentuk oleh perusahaan dalam melaksanakan rencana *CSR* akan berdampak kepada berhasil tidaknya aktivitas bisnis serta pemasaran perusahaan. Untuk jangka panjangnya sendiri, citra perusahaan bisa menyumbang kebermanfaatan yang tak sedikit untuk perusahaan yang bergerak di bidang *CSR*, baik perusahaan yang sedang diambang kemajuan ataupun perusahaan yang sedang berusaha bangkit dari krisis yang menimpa. Beberapa keuntungan yang didapat perusahaan dengan citra yang baik yakni:

1. Menjadi tameng ketika krisis
2. Menjadi peningkat data saing dalam jangka waktu yang menengah maupun panjang,
3. Menghemat biaya operasional
4. melakukan peningkatan pada efektivitas strategi pemasaran

Satu dari sekian banyak perusahaan yang melaksanakan CSR adalah PT. Arwana Anugerah Keramik. PT. Arwana Anugerah Keramik adalah anak perusahaan keempat dari PT. Arwana Citramulia Tbk merupakan perusahaan swasta yang memilih industri keramik sebagai bidang yang diupayakan. Arwana adalah sebuah organisasi, dan tujuannya pada awal berdirinya bukan hanya untuk mencari keuntungan, atau bukan sekedar organisasi yang menguntungkan. Oleh karenanya, Arwana rutin melaksanakan banyak kegiatan yang berkaitan dengan *CSR* yang dirancang guna menjadi pendukung berkembangnya kesejahteraan dan permasalahan anggota dan komunitas Arwana di pabrik maupun di khalayak ramai. Selain itu, Arwana juga melakukan kegiatan sebagai program *CSR* yang didasari kebutuhan khalayak serta mempertimbangkan sisi kemanusiaannya. Banyak kegiatan tersebut dilaksanakan Arwana dengan didasari visi perusahaan serta itikad baik manajemen, dan menjadi suatu perwujudan pada kepatuhan terhadap ketentuan hukum beserta undang-undangnya yang tertulis didalam:

1. UU No. 25 Tahun 2007 mengenai Penanaman modal (Pasal 15);
2. UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (Pasal 66 dan 74);
3. UU No. 32 Tahun 2009 mengenai Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup
4. PP No. 47 Tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas;

5. UU No. 13 Tahun 2011 mengenai Penangan Fakir Miskin (Pasal 41).

Didalam melaksanakan rencana CSR Arwana, aktivitasnya direncanakan dan diawasi oleh manajer yang bertanggung jawab untuk mengawasi tim serta bertanggung jawab pada dewan direksi. Ketika perencanaan rencana, tim mengarahkan aktivitasnya ke area dengan pengaruh yang luas. Pada saat yang sama, setiap rencana kerja tim terstruktur, sistematis dan berkelanjutan. Sebagai dasar pemikiran, tim sponsor CSR Arwana memiliki konsep *human development* secara keseluruhannya, yang mencakup mengembangkan ilmu pengetahuan, wawasan, psikologi, spiritualitas, kemampuan serta persamaan kesempatan.

Arwana mencoba memperkuat peranan corporate citizenship. Oleh karena itu, Arwana juga mengimplementasikan rencana pengembangan masyarakat lokal didalam lingkup kegiatan CSR perusahaan. Penerima sasaran secara khusus tergolong keluarga dan masyarakat yang secara ekonomi lemah, sehingga dapat berdaya serta dimampukan untuk berjaya. Adapun CSR perusahaan yang dilakukan oleh PT Arwana dimulai sejak tahun 2013 dengan beberapa program yang dijalankan, yaitu sebagai berikut:

1. Memberikan bantuan ke 20 sekolah yang meliputi TK, SD, SMP dan SMA berupa bantuan keramik ke sekolah-sekolah tersebut.
2. Memberikan bantuan pendanaan pembangunan ke 5 masjid yang ada di desa Tanjung Pering dan sekitarnya.
3. 20 hewan kurban seperti sapi dan kambing setiap tahun bertepatan dengan idul adha yang disalurkan ke beberapa masjid yang ada di sekitar lokasi perusahaan.
4. 100 santunan anak yatim setiap 3 bulan sekali yang diberikan perusahaan kepada panti asuhan yang ada di Indralaya serta 100 paket buka bersama anak yatim yang dilakukan ketika bulan ramadhan.

Setidaknya terdapat 3 kategori utama dari program CSR Arwana yakni ekonomi, social, serta lingkungan. Di bidang ekonomi meliputi memperbaiki infrastruktur, misalnya jalanan serta jembatan, maupun dibukanya kesempatan kerja. Di bidang social tercakup didalamnya sub-bidang pendidikan, kesehatan, juga keagamaan. Didalam sub-bidang pendidikan kegiatannya seperti memberikan beasiswa, pemberian alat tulis, pembangunan ataupun perbaikan fasilitas pendidikan misalnya bangunan sekolah serta menyelenggarakan aktivitas pendidikan itu sendiri. Sedangkan didalam sub-bidang kesehatan, *planning* CSR Arwana yakni melaksanakan berbagai kegiatan yang dirutinkan misalnya memberikan pengobatan gratis, serta donor darah yang membangun koordinasi dengan Palang Merah Indonesia. Adapun yang menjadi *planning* didalam sub-bidang keagamaan yakni membangun serta merenovasi rumah ibadah, melaksanakan mudik serta berbuka puasa bersama, dll. Didalam bidang lingkungan tercakup didalamnya melakukan penghijauan di sekitaran perusahaan juga pabriknya, dan berbagai usaha dalam mengendalikan limbah dengan cara yang modern, didalam lingkungan pabrik, terdapat program *Zero Waste* yakni suatu bentuk pemanfaatan kembali limbah cair maupun padat. Tak hanya itu, Arwana juga melakukan penerapan pada sistem *Heat Recovery* yang bertujuan mengefisiensikan penggunaan energi.

Kondisi program CSR tersebut dilakukan guna mengurangi tingkat pengangguran, memperbaiki tingkat pendidikan, memperbaiki fasilitas umum dan tingkat kesehatan. Melihat CSR yang telah diberikan oleh perusahaan Arwana Anugerah Keramik kepada masyarakat Tanjung pering, tentunya memberikan pengaruh pada citra perusahaan di pandangan khalayak. Namun, citra yang diberntuk oleh perusahaan di mata masyarakat belum bisa dikatakan baik atau buruk. Oleh karenanya menarik untuk mengetahui Pengaruh Corporate Social Responsibility PT Arwana Anugerah Keramik Terhadap Citra Perusahaan PT Arwana di Masyarakat sekitar Pabrik Arwana.

1.2 Rumusan Masalah

Didasari penguraian latar belakang sebelumnya, maka permasalahan yang bisa dirumuskan didalam riset ini yakni; **Seberapa besar pengaruh kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Arwana Anugerah Keramik terhadap Citra perusahaan Di masyarakat sekitar pabrik?**

1.3 Tujuan Masalah

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari riset yang dilakukan yakni mengetahui dan mengukur besarnya pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Arwana terhadap Citra Perusahaan di masyarakat sekitar pabrik PT Arwana Ogan Ilir.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Arwana Anugerah Keramik terhadap Citra perusahaan di masyarakat sekitar pabrik.
- b. Untuk mengukur berapa besar Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Arwana Anugerah Keramik terhadap Citra perusahaan di masyarakat sekitar pabrik.

1.3.3 Manfaat Penelitian

Diharapkan riset ini bisa memberikan kebermanfaatan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Dapat menjadi media didalam melakukan pengembangan ilmu pengetahuan terkhusus pada bidang Sosiologi Industri.

b. Manfaat Praktis

Riset ini harapannya dapat berkontribusi menjadi informasi untuk perusahaan didalam melakukan peningkatan pada kualitas pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) kedepannya dan meningkatkan citra positif dimata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung : Tarsido Bandung
- Wibisono. Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing
- Riduwan. 2010. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung; Alfabeta.
- Bungin , Burhan. 2006. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Creswell, Jhon W. 2002. *Design: Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif*. Jakarta: KIK Press
- Priyatno, Dwi 2008. *Mandiri Belajar SPSS : Statistical Product and ServiceSolution*. Yogyakarta: Media Kom
- Prasetyo, Bambang. Jannah, Lina Miftahul. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. 2006. *Metode Staristika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama
- Uyanto, Stanislaus S. *Pedoman Analisis Data dengan Spss*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Riduwan dan Sunarto. 2007. *PENGANTAR STATISTIKA: Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.2011.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung: CV Alfabeta
- Sugiyono.2012.*Statistik Untuk Penelitian*.Bandung: CV Alfabeta

SUMBER LAINNYA

- Ulva. 2012. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan(Studi Kasus Pt. International Nickel Indonesia Tbk)*. Universitas Hasanuddin

- Ningsih, Wiwik Agustia. 2016. Pengaruh Penerapan Program *Corporate Social Responsibility (Csr)* Terhadap Citra Perusahaan (Kasus Pada Masyarakat Sekitar Kantor Pusat Pt.Perkebunan Nusantara V Pekanbaru). Universitas Bina Widya Pekanbaru
- Lageranna, Akmal. 2013. Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility/ Csr*) Pada Perusahaan Industri Rokok(Studi Pada PT Djarum Kudus, Jawa Tengah). Universitas Hasanuddin Makassar.
- Safitri, Lia. 2017. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (Csr)* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2012-2015). Universitas Lampung Bandarlampung.
- Zulfadhli, Mohd. 2012. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Oleh PT. RAPP Terhadap Citra Positif Perusahaan Di Kalangan Masyarakat Pangkalan Kerinci Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci, Kabupaten Pelalawan. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa EfekIndonesia). Univeritas Diponegoro.
- Fitiani, Putri. 2012. Pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada Program Beasiswa Unggulan CIMB Niaga 2011). Universitas Indonesia.

WEBSITE

www.arwanacitra.com