

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA PLTU BARRU)**

**SKRIPSI**



**NURUL FADILLAH. A  
NIM: 105731114219**

**JURUSAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2023**

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PADA PLTU BARRU)**

**SKRIPSI**

**Disusun dan Diajukan Oleh:**

**NURUL FADILLAH. A  
NIM: 105731114219**

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2023**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*Alone? No, Allah SWT with you*

### PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan dengan segenap cinta dan do'a untuk kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberikan do'a yang tulus, kasih sayang yang tiada ternilai selain itu sebagai motivasi dan penyemangat untuk menyelesaikan karya sederhana ini serta kupersembahkan untuk orang-orang yang saya sayangi dan almamaterku

### PESAN DAN KESAN

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success storiesnya*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PLTU Baru)

Nama Mahasiswa : Nurul Fadillah. A

No. Stambuk/NIM : 105731114219

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa penelitian ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) pada tanggal 29 Juli 2023 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

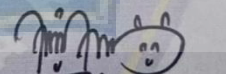
Makassar, 29 Juli 2023

Menyetujui

Pembimbing I

  
**Syamsuddin, S.Pd., M.Ak**  
NIDN. 0909107902

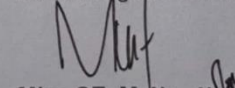
Pembimbing II

  
**Indriana, SE., M.Ak**  
NIDN. 09251295

Mengetahui

  
Dekan  
**Dr. Andi Jam'an, S.E., M.Si**  
NBM: 651 607

Ketua Program Studi

  
**Mira, SE., M.Ak., Ak**  
NBM: 128 6844



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: Nurul Fadillah, A, Nim: 105731114219 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0010/SK-Y/62201/091004/2023 Tanggal 11 Muharram 1445 H /29 Juli 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 11 Muharram 1445 H  
29 Juli 2023 M

**PANITIA UJIAN**

- |                 |   |  |
|-----------------|---|--|
| 1 Pengawas Umum | : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag<br>(Rektor Unismuh Makassar)   | (.....)                                  |
| 2 Ketua         | : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si.<br>(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)  | (.....)                                  |
| 3 Sekretaris    | : Agusdiwana Suami, S.E., M.Acc.<br>(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)  | (.....)                                  |
| 4 Penguji       | : 1. Dr. Muryani Arsal, SE., MM., Ak.CA<br>: 2. Muttiarni, SE., M.Si<br>: 3. Abdul Salam HB, SE., M.Si., Ak.CA<br>: 4. Andi Arman, SE., M.Ak.CA | (.....)<br>(.....)<br>(.....)<br>(.....) |

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar



**Dr. Andi Jam'an, S.E., M.Si**  
NBM: 651 507



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972Makassar

**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Fadillah. A

Stambuk : 105731114219

Jurusan : Akuntansi

Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility*  
Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PLTU  
Baru)

Dengan ini menyatakan bahwa:

**Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya  
sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun.**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia  
menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 29 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



**Nurul Fadillah. A**  
nim: 105731114219

Diketahui Oleh



Dekan

**Dr. Andi Janjan, S.E., M.Si**  
NBM : 651 507

Ketua Program Studi

**Mira, SE., M.Ak., Ak**  
NBM :128 6844

**HALAMAN PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Fadillah. A

Nim : 105731114219

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

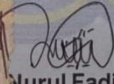
**Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra  
Perusahaan (Studi Kasus pada PLTU Barru)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 29 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan,



  
**Nurul Fadillah. A**  
nim: 105731114219

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PLTU Barru)”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Ahmad M, S.Pd., M.M dan Ibu Hj. Jakiah, S.Pd yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudara tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.



Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Dr. H. Andi Jam'an., SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Mira, SE.,M.Ak selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Syamsuddin, S.Pd.,M.Ak selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga proposal selesai dengan baik.
5. Ibu Indriana, S.E. M.Ak selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu penulis dalam penyusunan proposal hingga selesai.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Seluruh Staff TU dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Angkatan 2019 yang selalu belajar Bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Terima kasih kepada Min Yoongi (Suga BTS) serta seluruh member BTS, RM, Jin, J-Hope, Jimin, V dan Jungkook yang secara tidak langsung

memberikan dukungan dan motivasi melalui karya-karyanya sehingga membuat penulis merasa semangat dalam proses perampungan skripsi ini.

10. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Makassar, 04 Juli 2023

Nurul Fadillah. A

## ABSTRAK

**NURUL FADILLAH. A, 2023. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus pada PLTU Barru). Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Syamsuddin dan Pembimbing II Indriana.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 67 orang responden yang merupakan masyarakat penerima bantuan CSR dari PLTU Barru. Jenis penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan di PLTU Barru. Program CSR yang dilakukan oleh PLTU Barru seperti pemberian beasiswa kepada siswa-siswi, program pemeriksaan dan pengobatan gratis, pemberian santunan kepada anak yatim dan dhuafa, penanaman pohon, pemberian uang modal untuk pembuatan makanan khas Barru, hewan ternak, mesih perahu, pupuk, pompa mesin, dan lain-lain. Program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga membangun citra baik perusahaan dimata pihak-pihak yang berkepentingan dan masyarakat sekitar.

**Kata Kunci : Penerapan, *Corporate Social Responsibility* dan Citra Perusahaan**

## ABSTRACT

**NURUL FADILLAH. A, 2023. *The Effect of Corporate Social Responsibility Implementation on Corporate Image (Case Study at PLTU Barru)*. Thesis of the Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Advisor I Syamsuddin and Advisor II Indriana.**

*This study aims to determine the effect of implementing corporate social responsibility on corporate image. The data used in this study are primary data obtained from questionnaires. The number of samples was 67 respondents who were recipients of CSR assistance from PLTU Barru. The type of research used is a quantitative approach. The analysis technique used in this study uses simple linear regression.*

*The results of this study indicate that the application of corporate social responsibility has a significant positive effect on corporate image at PLTU Barru. CSR programs carried out by PLTU Barru include providing scholarships to students, free examination and treatment programs, providing compensation to orphans and poor people, planting trees, providing capital money for making Barru special food, livestock, boat engines, fertilizers, pumps machines, and others. The CSR program that has been carried out by the company not only provides benefits to the community, but also builds a good image of the company in the eyes of interested parties and the surrounding community.*

**Keywords : *Implementation, Corporate Social Responsibility and Corporate Image***



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	xi
ABSTRACT .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
A. Tinjauan Teori .....	8
1. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	8
2. Citra Perusahaan .....	16
3. Hubungan Antara <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan Citra Perusahaan .....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	20
C. Kerangka Pikir .....	25
D. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
A. Jenis Penelitian .....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	29
C. Jenis dan Sumber Data .....	29
D. Populasi dan Sampel .....	30
E. Metode Pengumpulan Data .....	31
F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	32

G. Metode Analisis Data .....	33
H. Uji Hipotesis .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
B. Karakteristik Data Responden .....	46
C. Analisis Deskriptif Variabel .....	48
1. Variabel Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X) .....	48
2. Variabel Citra Perusahaan (Y) .....	49
3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....	50
D. Uji Instrumen Penelitian .....	51
E. Uji Asumsi Klasik.....	54
F. Analisis Regresi Sederhana.....	56
G. Uji Hipotesis .....	58
H. Pembahasan Hasil .....	59
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Konsep Definisi Operasional .....	30
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	48
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel X .....	49
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Y .....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	55
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	57
Tabel 4. 13 Uji T .....	58
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir .....	26
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Indonesia Power Barru POMU .....	41
Gambar 4. 2 Struktur Grup Perusahaan .....	41
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas .....	56





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	68
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	71
Lampiran 3 Hasil SPSS.....	73
Lampiran 4 Dokumentasi .....	78
Lampiran 5 Administrasi Penelitian .....	81
Lampiran 6 Hasil Lulus Plagiasi.....	85



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia usaha saat ini mulai menyadari bahwa keberlangsungan perusahaan tidak hanya didasarkan pada sisi finansial saja, tetapi juga menyangkut masalah tanggung jawab sosial. Orientasi yang hanya terletak pada sisi finansial saja tidak menjamin tumbuhnya perusahaan secara berkelanjutan tetapi harus juga diimbangi dengan perannya dalam wilayah melakukan tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat Perusahaan atau badan usaha dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya perlu untuk memperhatikan masyarakat, lingkungan dan pihak-pihak yang berkepentingan bagi perusahaan baik internal maupun eksternal perusahaan. Aktivitas bisnis perusahaan haruslah bertindak etis, beroperasi secara legal dan mempunyai kontribusi terhadap peningkatan perekonomian dan kualitas hidup masyarakat. 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*.

Masyarakat merupakan salah satu *stakeholders* yang penting dalam perusahaan. Karenanya, dukungan dari masyarakat sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, seperti meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat, serta keberadaannya dapat berdampak memajukan ketertinggalan daerah. Tidak terlepas lingkungan juga

menjadi hal yang sangat penting untuk dijaga kelestariannya serta keanekaragaman hayati. Perusahaan juga harus mampu mengatasi dampak buruk yang terjadi akibat kegiatan perusahaan, contohnya limbah yang dapat merusak lingkungan, polusi akibat kegiatan pabrik serta lalu lintas yang mengganggu masyarakat dan lingkungan, sehingga dibutuhkan campur tangan pemerintah.

Pemerintah telah membuat suatu regulasi untuk menghindari rusaknya lingkungan yang berada di sekitar perusahaan dengan mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 mengenai UU Perseroan Terbatas, yang menyebutkan bahwa setiap perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab social. Merujuk pada peraturan perundang-undangan yang mewajibkan kepada setiap perusahaan yang beroperasi dengan memanfaatkan sumber daya alam, maka timbulah konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan sebuah program tanggung jawab sosial perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan itu sendiri, lingkungan maupun masyarakat sekitar. Menurut *Duarte et al* (2010) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan konsep yang memiliki pengertian bahwa sebuah perusahaan harus memiliki tanggung jawab kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasionalnya. Ini menunjukkan bahwa CSR dipahami sebagai suatu wahana yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan pembangunan masyarakat yang berkelanjutan, dengan harapan bahwa

aktivitas CSR dapat memenuhi kepentingan para *stakeholders* baik itu *stakeholders* yang berada di dalam maupun di luar perusahaan.

Tuntutan terhadap perusahaan dalam upaya mengimplementasikan tanggung jawab sosialnya merupakan aspek penting, dimana perusahaan tidak lagi semata-mata berkiprah hanya untuk mencari *profit* atau banyak keuntungan yang menjadi *triple bottom line* perusahaan dengan harapan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan masyarakat, khususnya para *stakeholders* dan lingkungan sekitar perusahaan.

Penerapan CSR dianggap suatu keharusan yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan, terlebih lagi jika perusahaan tersebut ingin tetap berkelanjutan. Karena pada dasarnya, dengan melakukan CSR yang sesuai dan terarah suatu perusahaan dapat melihat sejauh manakah mereka dapat menjalankan komitmen mereka untuk tetap berkontribusi bagi pemberdayaan dan kesejahteraan baik terhadap lingkungan maupun masyarakat. Penerapan *corporate social responsibility* juga sebagai salah satu langkah yang tepat untuk dijadikan strategi dalam meningkatkan citra dari suatu perusahaan, selain memang sebagai suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan Suca Rusdian, Amellia Octaviani Putri (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan.

Citra perusahaan adalah suatu persepsi dari *stakeholder* terhadap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (Kartikasari, dkk, 2017). Citra perusahaan dapat bersifat positif dan negatif, dimana tergantung dari yang ditampilkan oleh perusahaan kepada publiknya (Naufalia, 2016). CSR dan citra perusahaan saling berkaitan dalam hal pelaksanaan program atau kegiatan

yang dilaksanakan secara optimal sehingga mencapai target daripada program tersebut (Nurjanah, dkk, 2018). Pelaksanaan CSR yang optimal akan memberikan pengaruh positif terhadap citra perusahaan dan sebaliknya.

Indonesia Power merupakan salah satu anak perusahaan PT PLN (Persero) yang didirikan pada tanggal 3 Oktober 1995 dengan nama PT PLN Pembangkitan Jawa Bali I (PT PJB I). pada tanggal 8 Oktober 2000, PT PJB I berganti nama menjadi Indonesia Power sebagai penegasan atas tujuan perusahaan untuk menjadi perusahaan pembangkit tenaga listrik independen yang berorientasi bisnis murni. Kegiatan utama bisnis perusahaan saat ini yakni fokus sebagai penyedia tenaga listrik melalui pembangkitan tenaga listrik dan sebagai penyedia jasa operasi dan pemeliharaan pembangkit listrik yang mengoperasikan pembangkit yang tersebar di Indonesia. Selain mengelola Unit Pembangkit, Indonesia Power memiliki lima anak perusahaan, dua perusahaan patungan (*Joint Venture Company*), satu perusahaan asosiasi, tiga cucu perusahaan (Afiliasi dari Anak Perusahaan) untuk mendukung strategi dan proses bisnis perusahaan.

UJP PLTU Unit Barru 2x50 MW ini sendiri termasuk dalam anak perusahaan dari Indonesia Power yang berlokasi di Dusun Bawasalo, Desa Lampoko, Kecamatan Balusu, Kabupaten Barru. Pembangunan perusahaan ini dimulai sejak Juli 2009 lalu, sedangkan perampungan pembangunan dan mulai beroperasi pada pertengahan 2011.

Pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Uap atau selanjutnya akan disebut dengan PLTU unit Barru menjadi kontroversi karena dikhawatirkan pembakaran batu bara dapat merusak lingkungan. Awal pembangunan hingga sekarang perselisihan-perselisihan tersebut belum seluruhnya selesai masih

saja ada beberapa penduduk yang merasa dirugikan dan juga tidak dapat meneruskan kehidupan mereka seperti sebelumnya karena kehilangan mata pencaharian mereka, pembagian ganti rugi lahan pertanian yang tidak merata, kerugian yang dialami masyarakat karena polusi dan juga hilangnya lahan pertanian yang menjadikan masyarakat mengalami penurunan penghasilan.

“PT PLN Indonesia Power Barru POMU terus berkomitmen melakukan yang terbaik terhadap lingkungan sekitar perusahaan melalui program-program *Corporate Social Responsibility* di berbagai bidang, diantaranya: bidang infrastruktur, perusahaan telah melakukan pengadaan dan perbaikan lampu jalan serta bantuan untuk pembangunan masjid, sekolah atau pesantren, di bidang pendidikan yaitu menyalurkan beasiswa prestasi kepada siswa siswi sekolah dasar se-Desa Lampoko. Kemudian di bidang kesehatan, perusahaan telah menggelar dua kali program pemeriksaan dan pengobatan gratis bagi masyarakat. Pada bidang sosial, perusahaan rutin memberikan santunan anak yatim dan dhuafa di sekitar perusahaan. Dan untuk sektor pemberdayaan masyarakat, perusahaan kini memiliki belasan UMKM binaan yang tersebar di Desa Lampoko seperti UMKM usaha jahit, *souvenir*, usaha roti dan kue. Pada bidang lingkungan, perusahaan telah melakukan penanaman pohon serta program *Coastal Clean Up* dan penanaman *mangrove* serta membuat hutan tanaman energi di Desa Kamiri, Kab. Barru untuk mendukung program *Cofiring* dalam rangka mewujudkan energi hijau. Pada sektor ketenagakerjaan, perusahaan dan afiliasinya selalu mengutamakan tenaga kerja lokal Barru” (Ramadhani, Any. 2023. <https://rakyatsulsel.fajar.co.id/2023/07/26/pt-pln-indonesia-power-barru->

pomu-telah-realisasikan-berbagai-program-csr-di-semester-1-tahun-2023.html, 30 Juli 2023)

Penerapan CSR sendiri merupakan satu kebijaksanaan publik yang penerapannya harus sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan masyarakat dan harapannya dapat mensejahterakan masyarakat dan memperkecil angka kemiskinan sehingga implementasi suatu CSR dapat tepat sasaran. Program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga membangun citra baik perusahaan dimata pihak-pihak yang berkepentingan dan masyarakat sekitar. Namun hal tersebut belum tentu menjamin adanya kesejahteraan masyarakat yang mana sesuai dengan hakikat CSR itu sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan”.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu “Apakah penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap citra perusahaan”?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian dalam rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan konsep-konsep akademik khususnya dalam kajian *Corporate Social Responsibility* dan Citra Perusahaan dalam rangka memberikan sumbangan gagasan.

### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh *stakeholders* di internal perusahaan dalam bentuk peningkatan keuntungan dan citra baik perusahaan, maupun eksternal perusahaan yaitu penentuan kebijakan oleh eksekutif, evaluasi dan pembuatan perundang-undangan oleh perusahaan. Dan untuk masyarakat penelitian ini diharapkan mampu memenuhi kewajiban perusahaan dalam tanggungjawab social perusahaan terhadap masyarakat, sehingga masyarakat mampu mendapatkan hak-haknya dengan maksimal.





## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Kotler dan Lee dalam Solihin (2008: 5), mendefinisi *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan kegiatan bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan.

Sankat dan Clement dalam Rudito dan Famiola dalam Nanang A.S (2018) mendefinisikan CSR sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

Johnson *and* Johson dalam Hadi (2011:46) mendefinisikan "*corporate social responsibility (csr) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*". Definisi tersebut mempunyai arti bagaimana cara perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan keberadaanya memberi dampak positif bagi perusahaan dan lingkungan. Jadi, perusahaan harus mampu

mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Sementara itu menurut *World Business Council for Sustainable Development*, sebuah lembaga internasional yang berdiri sejak tahun 1955 dan beranggotakan 129 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara di dunia lewat publikasinya "*Making Good Business*" mendefinisikan CSR sebagai "komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan" (Hadi, 2011). Hampir sama dengan pengertian tersebut, Caroll menyebutkan CSR sebagai '*social responsibility is seriously considering the impact of the company's action on society*'. Sedangkan Keith Davis dan Robert Blossom mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan, "*Social responsibility is the obligation of decision makers to take action which protect and improve the welfare of society as a whole along with their own interest*" (Widiyanarti 2005:78).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke-4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, sosial). Semakin besar indeks pengungkapan CSR pada suatu perusahaan, maka semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Perhitungan indeks CSR, dapat dihitung berdasarkan deskripsi pengungkapan CSR pada laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan pada masing-masing perusahaan yang terdaftar, dengan

memberikan nilai ada berapa indikator yang diungkapkan dari 91 indikator pengungkapan CSR.

### 1.1. Konsep *Triple Bottom Line*

Sebuah konsep tentang CSR yang populer yaitu *Triple Bottom Line*, yaitu suatu perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P” yaitu *Profit, People, Planet*. Konsep ini menjelaskan perusahaan selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi secara aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Elkington dalam Wibisono, 2007:32-37).

#### 1. *Profit* (Keuntungan)

*Profit* merupakan bagian terpenting dari sebuah usaha, bahkan menjadi tujuan utama kegiatan usaha. Perusahaan ingin mendapatkan *profit* setinggi-tingginya, sebagai bentuk tanggung jawab kepada pemegang saham. *Profit* merupakan tambahan pendapatan untuk menjalankan dan melancarkan kegiatan operasional perusahaan. Strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan *profit* atau keuntungan yang maksimal antara lain, meningkatkan produktivitas dengan cara memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan.

## 2. *People* (Masyarakat)

Masyarakat merupakan satu di antara *stakeholder* perusahaan yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian khusus, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan dan keberlangsungan hidup perusahaan kedepannya. Perusahaan sebagai bagian dari lingkungan masyarakat sekitar perlu berkomitmen untuk berusaha memberi manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat.

## 3. *Planet* (Lingkungan)

*Planet* atau lingkungan merupakan sumber daya fisik perusahaan. Lingkungan memiliki pengaruh penting karena tempat berlangsungnya kegiatan perusahaan. Satu konsep yang tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan dan lingkungan mempunyai hubungan yang bersifat sebab-akibat. Kerusakan lingkungan, *eksploitasi* berlebihan akan menghancurkan perusahaan dan masyarakat. Namun, sebagian besar perusahaan kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Hal ini karena tidak ada keuntungan langsung yang di peroleh dalam aktivitas bisnis perusahaan. Kegiatan melestarikan dan menjaga lingkungan sebenarnya merupakan hal yang sangat penting yang harus dilakukan oleh perusahaan apabila tidak ingin merasakan akibat yang ditimbulkan di masa yang akan datang berupa timbulnya berbagai macam penyakit, bencana lingkungan atau kerusakan alam lainnya, tentunya peristiwa ini akan merugikan perusahaan yang berdiri di lingkungan tersebut.

## 1.2. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Menurut Susanto (2009), terdapat 6 (enam) manfaat yang dapat diperoleh melalui penerapan CSR, di antaranya:

1. Meminimalisir resiko dan tuduhan atas perilaku yang kurang pantas yang dapat diterima oleh perusahaan.
2. Sebagai perlindungan dan membantu perusahaan dalam mengurangi dampak buruk dari suatu krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan.
4. Mempererat dan memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya (*stakeholder*).
5. Meningkatkan penjualan.
6. Insentive lainnya seperti pajak dan pelayanan.

Kotler dan Lee (2005) menguraikan beberapa alasan tentang pentingnya perusahaan melaksanakan program CSR. Disebutkan, CSR dapat memberi dampak yang positif, diantaranya dapat membangun *brand positioning*, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik korporat dimata investor dan analisis keuangan.

## 1.3. Aktivitas Program *Corporate Social Responsibility*

Kotler dan Lee dalam Solihin (2009:131-141) menyebutkan enam jenis aktivitas program *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

- 1) *Cause Promotions* (Promosi Kegiatan Sosial)

Perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

2) *Cause Related Marketing* (Pemasaran terkait Kegiatan Sosial)

Perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilan untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.

3) *Corporate Societal Marketing*

Perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4) *Corporate Philanthropy* (Kegiatan Filantropis Perusahaan)

Perusahaan memberi sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan tertentu.

5) *Community Volunteering*

Perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran, atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat local maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

#### 1.4. Bentuk-bentuk Program *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki berbagai bentuk program dalam pelaksanaannya tergantung pada kebijakan perusahaan. Sen dan Bhattacharaya (2001:226) mengidentifikasi ada enam hal pokok yang termasuk dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain:

- 1) *Community Support*, antara lain dukungan pada program-program pendidikan, kesehatan, kesenian dan sebagainya.
- 2) *Diversity*, antara lain merupakan kebijakan perusahaan untuk tidak membedakan konsumen dan calon pekerja dalam hal gender, fisik (cacat) atau ke dalam ras-ras tertentu.
- 3) *Employee Support*, berupa perlindungan kepada tenaga kerja, insentif dan penghargaan serta jaminan keselamatan kerja.
- 4) *Environment*, menciptakan lingkungan yang sehat dan aman, mengelola limbah dengan baik dan menciptakan produk-produk yang ramah lingkungan.
- 5) *Non-U.S operations*, perusahaan bertanggung jawab untuk memberikan hak yang sama bagi masyarakat dunia untuk mendapat kesempatan kerja antara lain dengan membuka pabrik di luar negeri (*abroad operations*).
- 6) *Product*, perusahaan berkewajiban untuk membuat produk-produk yang aman bagi kesehatan, tidak menipu, melakukan riset dan pengembangan produk secara kontinyu dan menggunakan kemasan yang bias di daur ulang (*recycled*).

### 1.5. Landasan Hukum *Corporate Social Responsibility*

Landasan hukum mengenai *Corporate Social Responsibility* tertulis dalam Undang-undang 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Pasal 74 UU PT menyatakan bahwa:

1. Setiap perseroan yang menjalankan kegiatan operasional perusahaan yang mengambil dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan dengan menganggarkan dan memperhitungkan biaya sebagai biaya dari perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan mengikuti kepatuhan dan memperhatikan kewajaran.
3. Setiap perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikenai sanksi sesuai perundang-undangan.

Selain Undang-undang Perseroan Terbatas di atas, Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 juga dijadikan landasan bagi perusahaan dalam melaksanakan program CSR. Pasal 15 (b) terkait Penanaman Modal Undang-undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 2007 menyatakan kewajiban bagi penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan perusahaan. Berlandaskan dua peraturan tersebut, maka pelaksanaan CSR merupakan kewajiban bagi setiap perusahaan yang terdapat sanksi jika perusahaan tidak melakukan CSR tersebut.



## 2. Citra Perusahaan

Saat ini sudah banyak perusahaan yang mengutamakan citra sebagai dayatarik perusahaan untuk menarik investor dan imbas positif bagi masyarakat sekitar. Hal tersebut dilakukan dengan melepaskan diri terhadap suatu kesan negatif. Dengan kata lain citra perusahaan adalah komoditi yang sangat rapuh, namun kebanyakan perusahaan sudah memperbaiki sikap yang negatif bagi perusahaannya demi kelanjutan jangka panjang (Seitel dalam Soemirat dan Aedianto 2003:111).

Jefkins dalam Seomirat dan Ardianto (2003: 114) dalam bukunya *Public Relation Techique*, yang berisi citra merupakan kesan individu terhadap apa yang di amati dengan pengetahuan dan pengalaman selama pengamatan. Dalam buku *Esstial Of Public Relation* yang mengatakan bahwa citra merupakan kesan yang di dasari oleh pengetahuan dan pengartian tentang fakta-fakta dan kenyataan yang diamatinya.

Menurut Bill Canton dalam Sukadel dalam Soemirat (2003: 111) mengatakan bahwa citra adalah "*Image the Impression the Feeling, the Conception of an objek, person or Organitation*" (citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari pubik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi). Menurut Sukatendel dalam Soemirat (2003: 111), citra merupakan cara yang disengaja oleh perusahaan demi gambaran positif masyarakat terhadap perusahaan dan merupakan asset terpenting bagi citra perusahaan jangka panjang.

Kotler dalam Ramadhani (2011:16) menyatakan bahwa citra perusahaan berasal dari respon konsumen pada keseluruhan penawaran

yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu perusahaan. Adanya kesan, pengalaman dan pengetahuan yang dirasakan konsumen terhadap perusahaan dapat membentuk suatu citra di dalam benak konsumen. Oleh sebab itu perusahaan perlu untuk membentuk suatu citra yang baik di dalam benak para konsumennya.

Citra perusahaan dapat berbentuk positif ataupun negatif, tergantung dari pemahaman dan pengalaman yang dirasakan seseorang terhadap aktivitas perusahaan. Citra yang terbentuk secara positif berasal dari hasil penilaian seseorang mengenai informasi dan tanggapan mereka yang dinilai baik mengenai suatu perusahaan. Citra positif yang melekat pada suatu perusahaan memberikan dampak menguntungkan dalam mengembangkan eksistensi perusahaan (Kartikasari, dkk, 2017).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan citra perusahaan merupakan hasil dari proses persepsi dan opini individu terhadap aktivitas yang dilakukan perusahaan. Persepsi sendiri merupakan cara pandang yang dimiliki individu yang berbeda dengan individu lain. Persepsi terbentuk karena adanya informasi yang berkaitan dengan produk atau jasa. Persepsi yang baik dari masyarakat terhadap perusahaan akan membentuk citra yang baik bagi perusahaan dan baik sebaliknya, persepsi yang buruk dari masyarakat akan membentuk citra yang jelek bagi perusahaan.

## **2.1. Peran Citra Bagi Perusahaan**

Menurut Gronroos dalam Setiadi (2003:186), mengidentifikasi peran citra bagi perusahaan, yaitu:

- 1) Cita menceritakan harapan, bersama dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi dari mulut ke mulut.
- 2) Citra adalah sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi kegiatan perusahaan.
- 3) Citra adalah fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen.
- 4) Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen.

## 2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cita Perusahaan

Menurut Majid (2009: 73), terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi pembentuk citra sebuah perusahaan, yaitu:

*Pertama*, dari internal perusahaan, seperti kualitas SDM, budaya perusahaan (*corporate culture*), fasilitas dan peralatan kerja, pola dan gaya manajemen yang diterapkan, system dan informasi yang dipakai, kepemimpinan *top management*, jenis dan kualitas produk yang dihasilkan, target pasar yang dibidik, penjabaran visi dan misi perusahaan, tingkat kesejahteraan karyawan, dan lain-lain, yang munculnya dari kondisi internal perusahaan.

*Kedua*, dari kondisi eksternal perusahaan, seperti: lingkungan di mana perusahaan tersebut beroperasi, kondisi budaya, ekonomi, dan kelas masyarakat yang menjadi pelanggan, peraturan perundangan yang ditetapkan oleh pemerintah setempat, kondisi persaingan antar perusahaan atau antar produk yang dihasilkan dan lain-lain yang munculnya dari luar perusahaan.

### 2.3. Manfaat Citra Bagi Perusahaan

Menurut Sutojo dalam Nova (2011 : 304), citra yang baik dan kuat mempunyai manfaat-manfaat, yaitu:

- 1) Daya saing menengah dan jangka panjang yang mantap (*Mid And LongTerm Sustainable Competitive Position*).
- 2) Menjadi perisai selama masa krisis (*An Insurance for Advertimes*).
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal (*Attraction The Best Excecutive Available*).
- 4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran (*Increasing Effectiveness of Marketing Instruments*).
- 5) Penghematan biaya operasional (*Cost Seving*).

### 3. Hubungan Antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Perusahaan

Susanto dalam Majid (2012:28), perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Menurut Philip Kotler dan Nancy (2005:15) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan tata kelola bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka pemerintah dan masyarakat akan

memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi di wilayah mereka.

Menurut survey yang dilakukan oleh *Enviroics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) dalam Majid (2012:29), bahwa 60% dari 25.000 responden di 23 negara berpendapat bahwa tanggung jawab social perusahaan merupakan salah satu faktor pembentuk citra baik perusahaan. Lebih lanjut, responden selaku konsumen perusahaan bersikap terhadap perusahaan yang tidak menjalankan CSR adalah ingin “menghukum” (40%) dan 50% tidak akan membeli produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut. Survey tersebut cukup menjelaskan bahwa implementasi CSR akan membentuk opini masyarakat berupa citra terhadap perusahaan. Akumulasi dari citra perusahaan akan membentuk reputasi yang sangat bermakna bagi perusahaan. Bukan saja bermanfaat dalam hubungan dengan para pelanggannya, tetapi juga dengan *stakeholder* yang lain.

## B. Penelitian Terdahulu

Guna mendukung penelitian ini, maka peneliti mengambil beberapa sumber lain dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Bahwa variabel penerapan *corporate social responsibility* dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan. Adapun penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 2.1 berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Risna Nurjanah, Ade Sofyan Mulazid (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan	Variabel bebas: Kualitas Pelayanan dan <i>Corporate Social Responsibility</i>  Variabel Terikat : Citra Perusahaan	Analisis Regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variable kualitas pelayanan dan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan di bank syariah.
2	Dewangga Wisnu Arienanda, Nelliyaningsih, Dra.,MM (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Di Taman Cikapayang-Dago Terhadap Citra Perusahaan	Variabel bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di Taman Cikapayang-Dago  Variabel Terikat : Citra Perusahaan	Analisis Regresi Linier Sederhana	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR di Taman Cikapayang-Dago masuk dalam kategori baik. Adapun citra perusahaan dinilai baik oleh responden. CSR di Taman Cikapayang-Dago memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan.
3	Syurmita, Miranda Junisar Fircarina (2020)	Pengaruh Zakat, <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> dan Penerapan	Variabel bebas: Zakat, <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa zakat berpengaruh positif signifikan

		<p><i>Good Governance</i> Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia</p>	<p><i>ility</i> dan Penerapan <i>Good Governance</i> Bisnis Syariah</p> <p>Variabel Terikat: Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia</p>		<p>terhadap kinerja perusahaan, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan. <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi dan kinerja perusahaan, namun pengaruh <i>Good Governance</i> Bisnis Syariah terhadap reputasi dan kinerja perusahaan tidak ditemukan dalam penelitian ini.</p>
4	<p>Melinda Kurnia Sandy, Mila Chrismawati Paseleng, Richard G. Mayopu (2020)</p>	<p>Pengaruh Efektivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Aspek <i>Environmental Sustainability</i> Terhadap Reputasi Perusahaan Grand Hyatt Bali (PT Wyncor Bali)</p>	<p>Variabel Bebas: Efektivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Pada Aspek <i>Environmental Sustainability</i></p> <p>Variabel Terikat: Reputasi</p>	<p>Analisis Regresi Linier Berganda</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aspek planet dan people dari implementasi CSR di pantai Benoa memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan Grand Hyatt Bali. Aspek profit pada</p>

			Perusahaan Grand Hyatt Bali (PT Wyncor Bali)		<i>environmental sustainability</i> CSR pelaksanaan <i>beach cleaning</i> oleh Grand Hyatt Bali tidak memiliki hubungan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal tersebut dikarenakan kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan tidak secara langsung memberikan dampak keuntungan, namun murni karena tanggung jawab social.
5	Mat Juri, Sailawati (2020)	Pengaruh Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea Kaltim Plantations)	Variabel bebas: Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)  Variabel terikat: Citra Perusahaan	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan, aspek ekonomi dan aspek lingkungan berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan.
6	Suca Rusdian, Amellia Octaviani Putri (2020)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra	Variabel bebas: Implementasi <i>Corporate Social</i>	<i>Software SPSS versi 21</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh



		Perusahaan (Studi Pada CV. CemilanKunik Garut)	<i>Responsibility</i> Variabel terikat: Citra Perusahaan		positif antara <i>corporate social responsibility</i> terhadap citra perusahaan.
7	Dwi Putri Lestari, Maulana Yusuf, Ridhah Taqwa (2021)	Persepsi Citra Perusahaan Pertambangan PT. Baturona Adimulya Melalui Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel bebas: Citra Perusahaan Pertambangan PT. Baturona Adimulya Variabel terikat: <i>Program Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Faktor dengan bantuan <i>software</i> SPSS	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilakukan perusahaan memberikan pengaruh positif terhadap citra perusahaan.
8	Nikma Yucha, Putri Anggraini, Siti Mahmudah (2021)	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra Perusahaan di PT.XXX	Variabel bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Variabel terikat: Citra perusahaan di PT. Santos Jaya Abadi	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek ekonomi tidak memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi. aspek social tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi. Aspek lingkungan berpengaruh

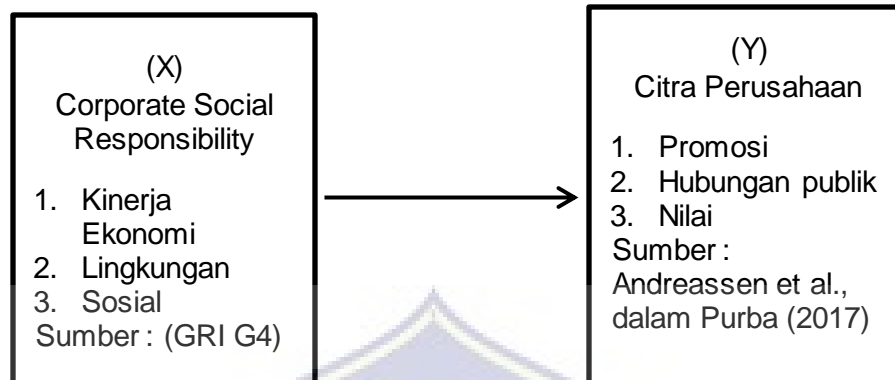
					positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi.
9	Muhammad Sandi Yuwana Putra, Kresno Yulianto (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Citra PT Putra Bintang Sembada	Variabel bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i>  Variabel terikat: Citra PT Putra Bintang Sembada	Analisis Regresi Sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang sangat kuat antara program <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra PT. Putra Bintang Sembada.
10	Bunga Indraswari Irawan, Elvira Azis (2022)	Pengaruh Program <i>Corporate Social Responsibility</i> "Bring Back Our Bottle" Terhadap Citra Perusahaan The Body Shop (Survey pada Konsumen The Body Shop)	Variabel bebas: Program <i>Corporate Social Responsibility</i> "Bring Back Our Bottle"  Variabel terikat: Citra Perusahaan The Body Shop	Analisis Regresi linier sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif program CSR <i>Bring Back Our Bottle</i> yang dilakukan terhadap citra perusahaan The Body Shop.

Sumber : Data Diolah Peneliti, Januari 2023

### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori, telaah penelitian terdahulu, dan pengembangan hipotesis yang telah diuraikan di atas, maka kerangka pikir dapat disajikan pada Gambar 2.1 seperti berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Pikir**



#### **D. Hipotesis**

Menurut Kasali (2007) dalam Wardani (2019) citra adalah kesan yang diberikan suatu obyek kepada obyek lain yang terbentuk dari proses yang dilakukan setiap waktu dari berbagai sumber yang terpercaya. Menciptakan citra yang positif bagi sebuah perusahaan merupakan tujuan dari perusahaan itu sendiri. Dengan pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya, turut serta membangun citra perusahaan yang lebih baik dari sudut pandang masyarakat maupun individu atau kelompok yang terlibat. Apabila program CSR yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dapat menarik perhatian masyarakat maupun individu atau kelompok dan memberi kesan yang positif, secara tidak langsung masyarakat maupun individu atau kelompok tersebut memandang perusahaan sebagai perusahaan yang baik dan beretika dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Dalam melakukan program CSR tersebut, perusahaan seharusnya tidak perlu merasa dirugikan karena mengeluarkan dana untuk menjalankan program CSR tersebut, karena dengan pelaksanaan program CSR tersebut,

perusahaan tidak hanya membangun masyarakat sekitar akan tetapi juga membangun citra yang baik bagi perusahaan itu sendiri. Dampak penerapan CSR terhadap citra perusahaan yaitu guna meningkatkan citra perusahaan karena saat perusahaan melakukan program CSR, perusahaan juga melaporkan program CSR tersebut di laporan tahunan yang mana saat adanya laporan terkait CSR yang dapat dilihat oleh publik, para investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut hal itu sejalan dengan nilai pasar yang meningkat, nilai saham yang naik dan *feedback* berupa *return* yang akan diterima oleh investor juga akan meningkat.

Dalam penelitiannya, Morf, Schumacher, dan Vitell (1999) dalam Wardani (2019) menuturkan bahwa terdapat hubungan positif antara tanggung jawab sosial dan citra perusahaan. Serta Brammer dan Millington (2005) dalam Wardani (2019) menemukan bahwa citra dan reputasi dari sebuah entitas akan meningkat saat entitas bisnis tersebut terlibat dalam acara atau kegiatan amal. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Ramasamy dan Yeung dalam Wardani (2019) mendapatkan hasil bahwa perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial secara signifikan mampu menimbulkan penilaian baik terhadap perusahaan di mata konsumen sebagai bentuk dukungan positif dari konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suca Rusdian, Amellia Octaviani Putri (2020) dan Muhammad Sandi Yuwana Putra, Kresno Yulianto (2022) yang telah membuktikan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan.

Dari uraian di atas, dapat dibangun hipotesis sebagai berikut:

H1 : Diduga Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan pada PLTU Barru.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis metodologi penelitian ini adalah metodologi penelitian kuantitatif. Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu (Sugiyono: 2004:14).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi**

Lokasi penelitian adalah cakupan wilayah yang menjadi basis penelitian. Dalam penelitian ini dilakukan di PLTU Kabupaten Barru, Kecamatan Balusu, Desa Lampoko, Dusun Bawasalo.

##### **2. Waktu**

Waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu 2 bulan, yakni mulai Mei-Juni 2023.

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang diperoleh berasal dari berbagai narasumber atau responden yang dijadikan sebagai sampel obyek penelitian. Data primer ini bersumber dari hasil pengisian kuesioner, serta observasi yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Menurut Sarwono (2006) data primer adalah data yang berasal dari sumber asli.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang membentuk karakteristik yang serupa yang menjadipusat perhatian peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinan, 2006:72). Dari pengertian tersebut populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh masyarakat yang menerima bantuan CSR dari PLTU Barru yaitu sebanyak 200 orang. Penulis telah melakukan pra penelitian untuk mengetahui banyaknya populasi dan mendapatkan informasi dari Bapak Jamaluddin selaku kepala dusun Bawasalo.

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013) Teknik dalam penentuan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan rumus Slovin yang dapat dilihat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah minimal sampel yang dibutuhkan

N = Jumlah seluruh populasi

e = Error bound yang ditoleransi

Jumlah keseluruhan populasi yang pada penelitian ini adalah jumlah seluruh masyarakat yang menerima bantuan CSR dari PLTU Barru yaitu sebanyak 200 orang.

Menurut Ruslan (2008) pada umumnya persentase kesalahan yang ditoleransi adalah sebesar 5%-10% dikarenakan pada hasil penelitian sosial sulit dijamin keakuratan data seperti pada penelitian ilmu pasti. Jadi, penulis menggunakan toleransi kesalahan sebesar 10%.

$$n = \frac{200}{1 + 200(10\%)^2}$$

$$n = \frac{200}{1 + 200(0,01)}$$

$$n = \frac{200}{3}$$

$$n = 66,66$$

Hasil yang diperoleh dari perhitungan di atas menunjukkan jumlah 66,66. Penulis melakukan penggenapan menjadi 67. Jadi, jumlah yang diambil dari keseluruhan populasi berjumlah 67 sampel.

#### **E. Metode Pengumpulan Data**

Menurut Gulo (2002:110) metode pengumpulan data merupakan aktifitas yang dilakukan guna mendapatkan informasi yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan dari suatu penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Angket**

Untuk memperoleh sejumlah data tertulis dalam waktu yang relative singkat. Maka disebarakan angket kepada sampel penelitian (Arikunto, 2006).



## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan/pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

## F. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

### 1. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variabel itu. Definisi operasional variabel merupakan penggambaran secara singkat masing-masing variable.

**Tabel 3. 1 Konsep Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	Suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi yang diikuti dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas	1. Kinerja Ekonomi 2. Lingkungan 3. Sosial  (GRI G4)
Citra Perusahaan (Y)	Gagasan atau persepsi mental dari khalayak tertentu atas suatu perusahaan atau organisasi yang didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman khalayak itu sendiri kepada perusahaan	1. Promosi 2. Hubungan publik 3. Nilai  Andreassen et al., dalam Purba (2017)

Sumber: Data Diolah Peneliti, Januari 2023

### 2. Pengukuran Variabel

Penelitian ini akan dihitung menggunakan skala likert dengan interval skala 1-5. Berikut skala likert yang digunakan:

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Tipe	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012:133)

### G. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif memberikan deskripsi atau gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2006).

#### 2. Uji Instrumen Penelitian

Analisis inferensial yaitu sebuah analisis yang digunakan untuk menguji kelayakan data kuisioner dengan menggunakan tahapan pengujian sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Menurut Arikunto (2006) validitas menggambarkan bahwa pertanyaan yang digunakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur (*valid*). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument pengukuran yang digunakan, artinya mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

b. Uji Reliabilitas

Gujarati (1997:71) mendefinisikan uji reliabilitas sebagai uji yang digunakan untuk membuktikan kehandalan dari item-item pertanyaan yang digunakan. Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya kekurangan dalam penggunaannya.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian Ni Made dan Ni Gede (2017). Sebelum melakukan pengujian regresi, harus dilakukan pengujian asumsi klasik untuk mengetahui apakah data yang digunakan sesuai model regresi, pengujian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov*. Jika probabilitas  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika probabilitas  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal. (Ghozali, 2011).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Ghozali (2011) mengatakan bahwa uji regresi yang baik adalah tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Dari besarnya nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance* merupakan cara untuk melihat ada tidaknya

multikolinieritas. Jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* mendekati angka 1 (satu) maka artinya tidak terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika probabilitas variabel bebas > 0,05 maka model regresi terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika probabilitas < 0,05 maka model regresi mengalami masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Sederhana

Hipotesis penelitian dalam penelitian ini akan diuji dengan regresi linear sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan analisis data untuk mengelolah dan membahas data yang telah diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis regresi dipilih dalam penelitian ini karena teknik analisis regresi sederhana dapat menyimpulkan secara langsung mengenai satu variabel dependen (Y) dan satu variabel independent (X). Adapun rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Citra Perusahaan

X = Penerapan *Corporate Social Responsibility*

a = Konstanta (nilai Y apabila X =0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

## H. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (t)

Uji parsial atau uji t merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh variabel masing-masing terhadap variabel terikatnya. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat perbandingan antara t hitung dengan t tabel atau dengan melihat masing-masing kolom signifikan pada t tabel, Ika Puspita (2018).

### b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya penelitian ini berpengaruh langsung dan tidak langsung dapat dilihat dari koefisien *standardized* yang memberikan nilai *path* atau jalur. Antara nol dan satu merupakan nilai koefisien determinasi. Nilai *adjusted*  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. (Ghozali, 2006).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Perusahaan

Indonesia Power merupakan salah satu anak Perusahaan PT PLN (Persero) yang didirikan pada tanggal 3 Oktober 1995 dengan nama PT PLN Pembangkitan Jawa Bali I (PT PJB I). Pada tanggal 8 Oktober 2000, PTPJBI berganti nama menjadi Indonesia Power sebagai penegasan atas tujuan Perusahaan untuk menjadi Perusahaan pembangkit tenaga listrik independen yang berorientasi bisnis murni. Kegiatan utama bisnis Perusahaan saat ini yakni focus sebagai penyedia tenaga listrik melalui pembangkitan tenaga listrik dan sebagai penyedia jasa operasi dan pemeliharaan pembangkit listrik yang mengoperasikan pembangkit yang tersebar di Indonesia. Selain mengelola Unit Pembangkit, Indonesia Power memiliki 5 Anak Perusahaan, 2 Perusahaan Patungan (Joint Venture Company), 1 Perusahaan Asosiasi, 3 Cucu Perusahaan (Afiliasi dari Anak Perusahaan) untuk mendukung strategi dan proses Bisnis Perusahaan.

Kebutuhan akan energi listrik di Indonesia dari tahun ke tahun, khususnya di wilayah Sulawesi Selatan dan sekitarnya cenderung meningkat terutama untuk masyarakat setempat. Salah satu kebijakan yang diambil pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut adalah program percepatan 10000 MW dengan membangun PLTU Baru (Sulawesi Selatan) 2 X 50 MW. Sementara itu ketersediaan energi listrik yang dihasilkan oleh PLTD, PLTG/GU dan PLTA yang menyuplai kebutuhan listrik di wilayah Sulawesi Selatan, belum mampu memenuhi

permintaan masyarakat yang semakin meningkat. Sehingga diharapkan dengan dibangunnya pembangkit ini, maka PLN akan mampu memenuhi kebutuhan listrik di wilayah Sulawesi Selatan dan sekitarnya.

PLTU Barru mulai dibangun pada tahun 2008 pada saat ini sedang dalam tahap sertifikasi dan komisioning. Secara grafis PLTU Barru terletak  $S4^{\circ} 17' 872''$  dan  $E119^{\circ} 37' 753''$  atau tepatnya di Dusun Bawasalo, Desa Lampoko, Kecamatan Balusu 2 km dari jalan utama trans Sulawesi Makassar-Parepare, Kira-kira 15 km dari Kota Barru dan 110 km dari Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Desain untuk turbin generator (gross) output untuk masing-masing unit adalah 50 MW.

Pada tahun 2014 tepatnya pada bulan Juli, PLTU Barru kemudian dikelola oleh anak perusahaan PT.PLN yaitu PT. Indonesia Power. PT. Indonesia Power adalah salah satu anak perusahaan milik PT. PLN (persero) yang didirikan pada tanggal 03 Oktober 1995 dengan nama PT. PLN Pembangkitan Tenaga Listrik Jawa Bali I (PT. PLN PJB I) dan pada tanggal 03 Oktober 2000 PT. PLN PJB I resmi berganti nama menjadi PT. Indonesia Power.

PT. Indonesia Power merupakan perusahaan pembangkit tenaga listrik terbesar di Indonesia dengan delapan Unit Pembangkitan utama di beberapa lokasi strategis di Pulau Jawa dan Pulau Bali serta satu Unit yang bergerak dibidang jasa pemeliharaan yang disebut Unit Jasa Pemeliharaan (UJH). Unit-unit Pembangkitan tersebut adalah Unit Pembangkitan Suralaya, Priok, Saguling, Kamojang, Mrica, Semarang, Perak & Grati dan Bali, Unit Jasa Pemeliharaan serta Unit Jasa Pembangkitan (UJP) Pengelolaan Jasa O & M. PT. Indonesia Power

membentuk anak perusahaan PT. Cogindo Daya Bersama (saham 99,99%) yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan dan manajemen energi dengan penerapan konsep cogeneration dan distributed generation, juga mempunyai saham 60% di PT. Arta Daya Coalindo yang bergerak dibidang usaha perdagangan batu bara. Aktivitas kedua anak perusahaan ini diharapkan dapat lebih menunjang peningkatan pendapatan Perusahaan di masa mendatang.

Kebutuhan akan energi listrik di Indonesia, khususnya di wilayah Sulawesi Selatan dan sekitarnya cenderung meningkat terutama untuk masyarakat setempat. Sementara itu, ketersediaan energi listrik yang dihasilkan oleh PLTA, PLTD, dan PLTG/GU yang menjadi penyuplai kebutuhan energi listrik di wilayah Sulawesi Selatan belum mampu memenuhi permintaan masyarakat yang semakin meningkat. Salah satu kebijakan yang diambil pemerintah untuk mengatasi masalah tersebut adalah program percepatan 10000 MW dengan pembangunan PLTU Barru (Sulawesi Selatan) 2x50 MW. Sehingga diharapkan dengan dibangunnya pembangkit ini, mampu memenuhi kebutuhan energi listrik di wilayah Sulawesi Selatan dan sekitarnya (PT. Indonesia Power 2012).

Pembangkit Listrik Tenaga Uap Barru mulai dibangun pada tahun 2008 terletak di Desa Lempoko, Kec. Balusu, Kab. Barru, Prov. Sulawesi Selatan atau secara geografis terletak di  $S4^{\circ}17'872''$  dan  $E119^{\circ}37'753''$ . Pada saat ini PLTU Barru sedang dalam tahap sertifikasi dan komisioning. PLTU Barru sendiri untuk saat ini sudah terintegrasi dengan jaringan listrik Sulawesi Selatan Tenggara dan Barat.



Pada tahun 2014 tepatnya pada bulan Juli, PLTU Barru kemudian dikelola oleh anak perusahaan PT. PLN yaitu PT. Indonesia Power. Sumber energi yang digunakan untuk memutar turbin pada PLTU Barru menggunakan bahan bakar berkalori rendah (LHV: 3800-4100 kcal/kg), dengan konsumsi batubara kurang lebih mencapai 2000 Ton/hari untuk 2 unit jika beroperasi secara optimal dan kurang lebih 564000 Ton/tahun konsumsi batubara yang digunakan, dimana batubara diangkut menggunakan barge/tongkang menuju ke PLTU Barru sebagai sarana pelabuhan khusus bongkar muat batubara. Terdapat 2 unit pembangkit pada PLTU Barru, dengan masing-masing kapasitas sebesar 50 MW. Tipe boiler yang digunakan pada PLTU Barru masih menggunakan tipe CFB (*Circulating Fluidized Bed Boiler*). Energi listrik yang dihasilkan PLTU Barru disalurkan melalui Saluran Udara Tegangan Tinggi (SUTT) 150 kV ke Gardu Induk (GI) 150kV Pare-pare sepanjang  $\pm$  40 Km dan Gardu Induk kV Pangkep sepanjang  $\pm$  50 Km (PT. Indonesia Power, 2012).

## **2. Visi, Misi, Kompetensi Inti, dan Motto Perusahaan**

- a) Visi : menjadi perusahaan energi terbaik yang tumbuh berkelanjutan
- b) Misi : menyediakan solusi energi yang handal, inovatif, ramah lingkungan dan melampaui harapan pelanggan
- c) Kompetensi Inti : Operasi dan pemeliharaan pembangkit serta pengembangan bisnis solusi energi
- d) Motto : Energy Of Things

## **3. Struktur Organisasi Perusahaan**

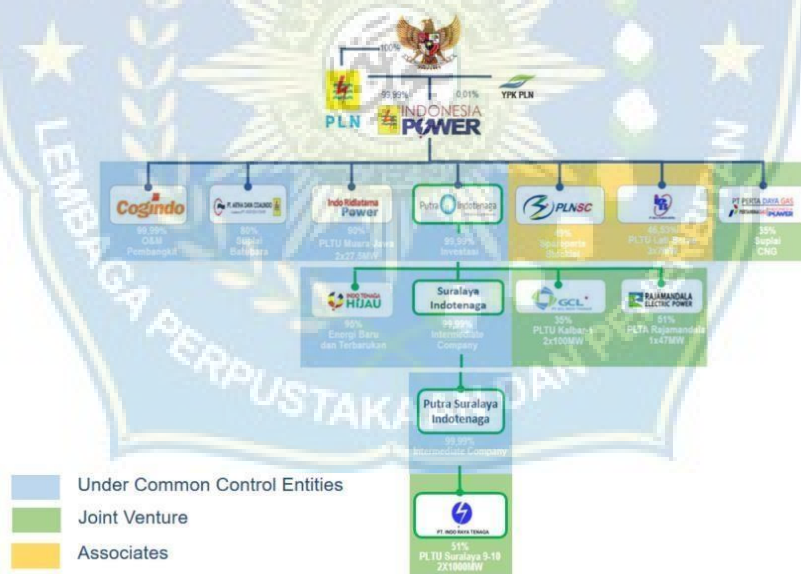
Setiap perusahaan akan membentuk struktur organisasi yang berfungsi mengidentifikasi tugas dan tanggung jawab setiap posisi

pekerjaan dan alur hubungan antara posisi tersebut. Struktur organisasi akan berdampak pada efisiensi dan efektivitas dalam menghasilkan produk barang atau jasa. Di dalam struktur organisasi akan dijelaskan setiap tugas atau pekerjaan yang secara formal akan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan. Berikut adalah struktur dari PT PLN Indonesia Power Baru POMU yaitu:

**Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Indonesia Power Baru POMU**



**Gambar 4. 2 Struktur Grup Perusahaan**



**4. Jobdesk**

Dalam rangka meningkatkan kelancaran pelaksanaan tugas pokok dan fungsi secara efisien dan efektif bagi karyawan, maka dipandang perlu tugas serta perincian tugas jabatan struktur organisasi PT PLN

Indonesia Power Barru POMU. Yang terkhususnya bagian administrasi, Untuk pelaksanaan tugas dan tanggung jawab, yang terdiri dari :

**a) Manajer Unit**

Peran Manajer Unit adalah memimpin dan mengelola pelaksanaan operasional perusahaan untuk mencapai target dan sasaran unit bisnis. Fungsi dan tanggung jawab manajer adalah melaksanakan program kerja operasional sesuai bidangnya dengan mengacu kepada kebijakan perusahaan yang telah ditetapkan.

**b) Kepala Bagian Administrasi**

Kepala bagian administrasi adalah orang yg mengatur dan mengurus serta mengawasi segala administrasi yg ada.

Adapun beberapa tugas pokok dan fungsi bagian administrasi adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun rencana kegiatan Bagian Administrasi Umum sebagai pedoman pelaksanaan tugas;
- b. Menyusun anggaran yang diperlukan bagian administrasi umum;
- c. Menyelia pelaksanaan tugas kepala subbagian administrasi agar hasil yang telah dicapai sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan;
- d. Melaksanakan penyusunan program dan anggaran;
- e. Melaksanakan evaluasi pelaksanaan rencana, program, dan anggaran;
- f. Menyusun laporan bagian administrasi umum sesuai dengan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas;

g. Melaksanakan tugas kedinasan lain yang diberikan oleh atasan.

**c) Sekretaris**

Sekretariat dipimpin oleh seorang Sekretaris yang mempunyai tugas membantu Manajer Unit dalam mengkoordinasikan kegiatan, memberikan pelayanan teknis dan administrasi penyusunan program, pelaporan, umum, kepegawaian, hukum dan keuangan dalam lingkup perusahaan.

**d) Officer CSR & Humas**

Humas atau hubungan masyarakat dikenal sebagai bagian dari perusahaan yang bertugas berkomunikasi dengan publik, baik berupa komunikasi satu arah atau dua arah. Dalam sebuah perusahaan, humas berperan mengomunikasikan segala yang berkaitan dengan masyarakat dan organisasi. Peranan humas yang paling utama adalah membangun hubungan baik dan saling menguntungkan dengan publik.

**e) Kepegawaian (SDM)**

kepegawaian adalah sumber daya manusia yang bekerja pada suatu organisasi, yang bertugas untuk mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pegawai atau sumber daya manusia dalam suatu perusahaan.

Kepegawaian memiliki beberapa tugas, diantaranya yaitu:

**1) Diklat**

Diklat merupakan singkatan dari pendidikan dan pelatihan. Diklat adalah serangkaian proses untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan seorang pegawai demi tercapainya tujuan suatu organisasi. Setiap jenis diklat diadakan sekali setahun.

Salah satu jenis diklat yaitu sertifikasi, sertifikasi merupakan bukti untuk menyatakan keahlian atau kompetensi yang dimiliki seseorang sesuai dengan standar tertentu, dan mempunyai masa berlaku.

Manfaat diklat :

- a. Pegawai akan semakin mahir dan profesional dalam menjalankan tugasnya.
- b. Perusahaan atau instansi bisa memiliki standar pegawai yang unggul, loyal, dan berintegritas.
- c. Keberadaan pegawai yang unggul bisa menjawab tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif.
- d. Tercipta lingkungan kerja yang kondusif karena setiap pegawai sudah memahami kinerjanya dengan baik dan benar.

## 2) Karier

Karier adalah perkembangan dan kemajuan dalam pekerjaan seseorang yang biasanya ditentukan oleh masa kerja dan *grade*.

## 3) Kepegawaian

Yang dikerjakan yaitu absensi pegawai, fasilitas Kesehatan pegawai, dan segala yang bersangkutan dengan sumber daya manusia.

## f) Sarana Dan Prasarana Fasilitas

Bidang ini bertugas untuk melaksanakan pelayanan dan urusan yang berhubungan dengan kerumahtanggan, sarana, prasarana, dan perlengkapan dilingkungan kantor.

### **g) Keuangan**

Keuangan adalah salah satu hal penting yang harus dijaga dan dikelola dengan baik. Selain untuk membantu dalam merencanakan dan memonitor laporan keuangan, manajemen keuangan juga dapat membantu mengontrol pengeluaran perusahaan. Divisi keuangan terdiri dari beberapa bagian, sebagai berikut:

#### **1) Bidang Anggaran**

Bagian Pelaksana Senior Anggaran mempunyai tugas mengatur pengelolaan anggaran, memantau dan mengevaluasi keuangan, menyusun keuangan, layanan data dan informasi bidang keuangan.

#### **2) Bidang Keuangan**

Adapun tugas dan tanggung jawab pelaksana senior keuangan yaitu:

- a. Membuat rencana keuangan perusahaan
- b. Mengurus surat surat berharga perusahaan
- c. Menyusun kebijakan anggaran keuangan dalam perusahaan
- d. Mengetahui dan membayarkan jumlah kredit perusahaan
- e. Mengatur arus uang perusahaan

#### **3) Bidang Pajak**

Bidang ini bertanggung jawab dengan semua hal yang berhubungan dengan urusan perpajakan perusahaan. Adapun Tugas Pelaksana Senior Pajak yaitu:

- a. Mengumpulkan, menyiapkan dan mengatur dokumen perpajakan perusahaan.

- b. Mengetahui jumlah pajak dengan tepat waktu
- c. Membayar dan melaporkan pajak dengan tepat waktu
- d. Membuat perencanaan pajak
- e. Mengatur dan memperbarui database pajak milik perusahaan
- f. Meninjau sistem terkait pajak perusahaan
- g. Selalu *up to date* dengan segala kebijakan pajak yang ada di wilayah perusahaan

## B. Karakteristik Data Responden

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *offline* secara langsung. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan sebanyak 67 orang.

Berdasarkan kuesioner yang telah saya sebar dan telah diisi oleh responden, maka peneliti akan mengidentifikasi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, pendidikan terakhir, jenis kelamin, dan umur.

### 1. Pekerjaan

Karakteristik pekerjaan responden dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu nelayan, petani, dan wiraswasta, berikut penyajian data dalam bentuk table sebagai berikut :

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1	Nelayan	27	40,3 %
2	Petani	19	28,4 %
3	Wiraswasta	21	31,3 %
<b>Jumlah</b>		<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2023

Dari data tabel 4.1 yang ada di atas maka dapat dideskripsikan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai nelayan sebanyak 27 orang

atau 40,3 %, responden dengan pekerjaan sebagai petani sebanyak 19 orang atau 28,4 % dan responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 21 orang atau 31,3 %.

## 2. Pendidikan Terakhir

Karakteristik pendidikan terakhir responden dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu SD, SMP dan SMA, berikut penyajian data dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1	SD	44	65,7 %
2	SMP	12	17,9 %
3	SMA	11	16,4 %
<b>Jumlah</b>		<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2023

Dari data tabel 4.2 yang ada di atas maka dapat dideskripsikan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 44 orang atau 65,7 %, responden dengan Pendidikan terakhir SMP sebanyak 12 orang atau 17,9 % dan responden dengan Pendidikan terakhir SMA sebanyak 11 orang atau 16,4 %.

## 3. Jenis Kelamin

Karakteristik jenis kelamin responden dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kelompok laki-laki dan perempuan, berikut penyajian data dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1	Laki-Laki	46	68,7 %
2	Perempuan	21	31,3 %



<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>
---------------	-----------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2023

Dari data tabel 4.1 yang ada di atas maka dapat dideskripsikan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang atau 68,7% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 21 orang atau 31,3%.

#### 4. Umur

Karakteristik umur responden dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kelompok 22-30 tahun dan kelompok >30 tahun, berikut penyajian data dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No	Umur	Frekuensi Responden	Frekuensi %
1	22-30 tahun	4	6 %
2	>30 tahun	63	94 %
<b>Jumlah</b>		<b>67</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Olah Data Primer 2023

Dari data tabel 4.2 yang ada di atas maka dapat dideskripsikan bahwa responden memiliki usia rata-rata 22-30 tahun sebanyak 4 orang atau 6% dan responden yang memiliki usia rata-rata >30 tahun sebanyak 63 orang atau 94%.

### C. Analisis Deskriptif Variabel

#### 1. Variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X)

Analisis deskripsi variable Penerapan *Corporate Social Responsibility* didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarkan pada responden disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel X

Tanggapan		SS	S	KS	TS	STS
Pernyataan		F	F	F	F	F
Kinerja Ekonomi						
1	Penerapan CSR diperuntukkan untuk meningkatkan kinerja ekonomi masyarakat	42	25	0	0	0
2	Kinerja ekonomi meningkat selama diterapkannya program CSR	44	23	0	0	0
Lingkungan						
3	Lingkungan lebih terjaga dengan adanya penerapan CSR	19	37	11	0	0
4	Penerapan CSR memberikan manfaat untuk lingkungan sekitar	20	37	9	1	0
Sosial						
5	Penerapan CSR diperuntukkan demi kepentingan masyarakat	36	27	4	0	0
6	Pendapatan masyarakat meningkat dengan adanya penerapan CSR	37	27	3	0	0

## 2. Variabel Citra Perusahaan (Y)

Analisis deskripsi variabel Citra Perusahaan didasarkan pada jawaban responden atas pernyataan-pernyataan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Y

Tanggapan		SS	S	KS	TS	STS
Pernyataan		F	F	F	F	F
Promosi						
1	Penerapan CSR termasuk wadah promosi perusahaan	32	32	3	0	0
2	Penerapan CSR memberikan citra PLTU Barru sebagai perusahaan yang berkualitas	29	35	3	0	0
Hubungan Publik						
3	Penerapan CSR dapat dijadikan alat untung membangun hubungan public yang baik	39	25	3	0	0
4	Hubungan public akan tercipta dari penerapan CSR	40	24	3	0	0
Nilai						
5	Nilai perusahaan meningkat berkat penerapan CSR	36	27	4	0	0
6	Penerapan CSR menambah nilai tersendiri untuk perusahaan	38	28	1	0	0

### 3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Pengukuran statistik deskriptif variabel perlu dilakukan untuk gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (*Mean*), nilai tertinggi (*Max*), nilai terendah (*Min*), dan standar deviasi dari masing-masing variable yaitu Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X) dan Citra Perusahaan (Y). Mengenai hasil Uji Statistik Deskriptif penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penerapan Corporate Social Responsibility	67	20.00	30.00	26.5224	2.36360
Citra Perusahaan	67	21.00	30.00	26.9403	2.19421
Valid N (listwise)	67				

Sumber: Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji deskriptif diatas, dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

- 1) Variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X), dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 20, sedangkan nilai maksimum sebesar 30, nilai rata-rata Penerapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 26,5224 dan standar deviasi data Penerapan *Corporate Social Responsibility* adalah 2,36360.
- 2) Variabel Citra Perusahaan (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 21, sedangkan nilai maksimum sebesar 30, nilai rata-rata Citra Perusahaan sebesar 26,9403 dan standar deviasi data Citra Perusahaan adalah 2,19421.

#### **D. Uji Instrumen Penelitian**

Suatu penelitian akan dikatakan absah apabila semua regulasi dalam penelitian ini memenuhi standar uji validitas dan reliabilitas. Suatu penelitian harus pula memiliki standar objektif, sistematis, dan substantif, serta memiliki data yang valid, agar diperoleh hasil yang valid maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya sebagai berikut :

### 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam suatu penelitian untuk menguji absahan dari kuesioner penelitian. Uji validitas atau yang sering juga disebut dengan uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Menurut Sugiyono (2017:178) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data faktual yang terjadi pada objek data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item dan mengkorelasikan item tersebut dengan jumlah item. Data dalam penelitian ini dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} >$  dari nilai  $r_{tabel}$ , yang mana nilai  $df = N-2$  dan pada penelitian ini  $N = 67$  dan jika mengikuti rumus  $df = 67-2 = 65$ . Jadi nilai  $r_{tabel}$  pada penelitian ini untuk  $df = 65 = 0,2027$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Untuk lebih jelasnya berikut ini adalah data uji validitas :

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas**

No	Variabel	Butir Pernyataan Nomor	Validitas		Keterangan
			$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	
1.	Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X)	X.1	0,514	0,2027	Valid
		X.2	0,469	0,2027	Valid
		X.3	0,752	0,2027	Valid
		X.4	0,705	0,2027	Valid
		X.5	0,768	0,2027	Valid
		X.6	0,734	0,2027	Valid
2.	Citra Perusahaan (Y)	Y.1	0,613	0,2027	Valid
		Y.2	0,606	0,2027	Valid
		Y.3	0,579	0,2027	Valid
		Y.4	0,581	0,2027	Valid
		Y.5	0,665	0,2027	Valid
		Y.6	0,758	0,2027	Valid

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.8 terkait hasil pengujian validitas dengan seluruh indikator pernyataan yang tertuang dalam kuesioner sebagai alat ukur Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PLTU Barru) diperoleh hasil untuk keseluruhan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,2027. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid.

## 2) Uji Reliabilitas

Dalam analisis statistik pada penelitian, uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian, walaupun penelitian ini dilakukan berulang-ulang dengan angket atau kuesioner yang sama. Menurut Sugiyono (2017 :178) uji reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama akan menghasilkan hasil yang sama dan apabila skor total item menyentuh lebih dari angka atau di atas dari 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Berikut ini penyajian data hasil uji reliabilitas :

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1.	Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	6	0,747	0,60	Reliabel
2.	Citra Perusahaan	6	0,698	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Dari gambar output diatas, diketahui bahwa nilai Alpha variabel X yaitu Penerapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,747 dan variabel Y yaitu Citra Perusahaan sebesar 0,698, kemudian nilai alpha

dibandingkan dengan nilai probabilitas dengan nilai  $N=67$  dicari pada distribusi nilai probabilitas signifikan 5% diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,60. Maka dapat disimpulkan Alpha variabel X yaitu Penerapan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,747 dan variabel Y yaitu Citra Perusahaan sebesar 0,698, lebih besar dari nilai probabilitas = 0,60 yang artinya item-item angket tersebut dapat dikatakan *reliable* atau terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian selanjutnya.

## E. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dihitung menggunakan alat bantu SPSS dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Data yang diperoleh dinilai baik jika data terdistribusi normal. Berikut ini penyajian data hasil uji normalitas.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00489155
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.056
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas di atas, hasil yang diperoleh yaitu Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200, nilai tersebut lebih besar dari 0,05 atau 5% sehingga dapat diartikan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dihitung berdasarkan alat bantu SPSS. Uji ini digunakan untuk mengukur nilai tolerance dan VIF, jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 maka model regresi dinilai baik, karena tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungan uji multikolinieritas disajikan pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	16.935	2.801		6.045	.000		
	Penerapan Corporate Social Responsibility	.377	.105	.406	3.585	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4. 11 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* sebesar 1,000 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,000 < 10 maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak mengandung multikolinieritas yang artinya bahwa tidak terdapat kesamaan atau korelasi antara variabel-variabel bebas, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.



### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan guna menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Pada gambar 4.3 di atas, dapat dijelaskan bahwa titik-titik menyebar di atas atau di bawah angka 0 dan tidak membentuk suatu pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka dapat disimpulkan bahwa pada pengujian tidak terjadi heteroskedastisitas pada persamaan regresi yang dilakukan dalam penelitian ini.

### F. Analisis Regresi Sederhana

Dari hasil analisis SPSS dapat diinterpretasikan dengan mengkaji nilai-nilai yang penting dalam regresi linear yakni koefisien determinasi. Analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan

menggunakan model analisis regresi linear sederhana yang digunakan untuk menerangkan apakah berpengaruh variabel bebas Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Citra Perusahaan dengan cara menguji kemaknaan dari koefisien regresinya.

**Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.935	2.801		6.045	.000
	TOTAL_X	.377	.105	.406	3.585	.001

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Dari tabel 4.11 diatas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan kedalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 16,935 + 0,377 X$$

Merujuk pada hasil persamaan regresi di atas, maka diperoleh hasil analisis variabel independen ke dependen sebagai berikut :

- a. Besarnya nilai konstanta yakni : 16,935 menunjukkan bahwa tanpa adanya Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X) akan mempengaruhi Citra Perusahaan (Y) pada PLTU Barru.
- b. Uji persamaan regresi di atas menunjukkan hasil untuk nilai koefisien regresi sebesar 0,377 ini berarti bahwa variabel Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Penerapan *Corporate Social Responsibility* pada PLTU Barru.

Dari hasil persamaan regresi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru.

## G. Uji Hipotesis

### 1. Uji T

Uji t merupakan analisis untuk mengetahui signifikan/keberartian koefisien regresi sekaligus menguji hipotesis yang diajukan. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y. Agar hasil regresi yang diperoleh dapat dijelaskan hubungannya, maka hasil regresi tersebut akan diuji menggunakan uji t dengan derajat kepercayaan 0,05 (5%). Suatu variabel dikatakan berpengaruh ketika nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari 5% ( $< 0,05$ ). Adapun hasil uji t dalam persamaan regresi sebagai berikut:

**Tabel 4. 13 Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.935	2.801		6.045	.000
	TOTAL_X	.377	.105	.406	3.585	.001

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, maka diperoleh nilai signifikan untuk variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X) sebesar 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas yang ditentukan oleh peneliti sebesar 0,05, sedangkan nilai  $t_{hitung}$  diperoleh sebesar  $3,585 >$  dari nilai  $t_{tabel}$  1,669, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam uji t berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan "diterima".

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406 <sup>a</sup>	.165	.152	2.02025
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber : Hasil Olah Data Dari SPSS Versi 25

Dari tabel 4.14 diatas, berdasarkan ketentuan kuat tidaknya pengaruh yang dijelaskan pada bagian sebelumnya, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai R pada tabel 4.14 adalah 0,406 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dimana variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X) dan mempengaruhi Citra Perusahaan (Y) sebesar 16,5%.
- b. Nilai R square menunjukkan bahwa variabel Y yaitu Citra Perusahaan dipengaruhi Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X1) sebesar 16,5% dan sisanya 83,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kemudian dari seluruh hasil analisis regresi uji  $R^2$  dan uji t diatas maka diperoleh hasil yakni : Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan.

## H. Pembahasan Hasil

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan agar dapat menganalisa pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru, dari hasil penelitian maka diperoleh Penerapan

*Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru.

Hasil regresi sederhana yang diolah dan dianalisis menggunakan metode SPSS maka diperoleh  $Y = 16,935 + 0,377 X$  dimana angka tersebut menunjukkan  $a = 16,935$ , angka tersebut menunjukkan bahwa tanpa adanya Penerapan *Corporate Social Responsibility* maka akan mempengaruhi Citra Perusahaan.  $Bx = 0,377$ , ini menunjukkan bahwa Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. Sehingga dapat dijelaskan bahwa Penerapan *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan.

Dengan demikian hasil penelitian yang diperoleh adalah Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru. Penerapan *Corporate Social Responsibility* di PLTU Barru sudah berjalan sesuai dengan yang direncanakan sehingga permasalahan yang disisakan dianggap lancar dan baik-baik saja. Program CSR yang dilakukan oleh PLTU Barru seperti pemberian beasiswa kepada siswa-siswi, program pemeriksaan dan pengobatan gratis, pemberian santunan kepada anak yatim dan dhuafa, penanaman pohon, pemberian uang modal untuk pembuatan makanan khas Barru, hewan ternak, mesih perahu, pupuk, pompa mesin, dan lain-lain. Program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga membangun citra baik perusahaan dimata pihak-pihak yang berkepentingan dan masyarakat sekitar. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bunga Indraswari Irawan, Elvira Azis (2022) dengan judul Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* "Bring Back

*Our Bottle*” Terhadap Citra Perusahaan The Body Shop mengatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa The Body Shop telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan baik dan memiliki citra yang positif berkat adanya program CSR *Bring Back Our Bottle*. Hal inilah yang akhirnya dapat menciptakan dan meningkatkan nama baik perusahaan The Body Shop. Semakin baik pelaksanaan program CSR yang dilakukan, maka akan meningkatkan citra baik perusahaan The Body Shop.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada PLTU Barru). Maka hasil akhirnya dapat disimpulkan bahwa indikasi dari Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru. Hasil analisis penelitian, diperoleh koefisien regresi variabel sebesar 0,377 yang berarti bahwa variabel Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru. Pengujian secara parsial (t) memperoleh hasil sebesar  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan Penerapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara nyata dalam upaya meningkatkan Citra Perusahaan pada PLTU Barru. Dan hasil uji persamaan regresi maka diperoleh nilai signifikan untuk Penerapan *Corporate Social Responsibility* (x) sebesar 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dari nilai probabilitas yang ditentukan sebesar 0,05, sedangkan nilai t hitung diperoleh sebesar 3,585 dimana nilai ini lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,669 sehingga dapat disimpulkan bahwa Penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam uji t berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada PLTU Barru.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis sarankan kiranya:

1. Bagi penulis : semoga penelitian ini menambah pengalaman dan pengetahuan penulis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Perusahaan.
2. Bagi perusahaan itu sendiri yaitu PLTU Barru, semoga penelitian ini bias menjadi bahan rujukan bagi PLTU Barru dalam mengelolah usahanya agar dapat lebih meningkat.
3. Bagi peneliti selanjutnya: semoga dapat menjadi referensi yang dapat memberikan informasi penelitian di bidang yang sama serta diharapkan dapat membuka peluang bagi para peneliti selanjutnya untuk memperluas perkembangan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan citra perusahaan. Peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independent dari CSR, seperti *product* ataupun menggunakan teori yang berbeda dalam program CSR sehingga diharapkan dapat menambah  $R^2$  dari penelitian sebelumnya. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan dimensi dari CSR serta pertanyaan pada kuesioner penelitian sehingga diharapkan pertanyaan kuesioner lebih mewakili indikator yang digunakan dari penelitian sebelumnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arienanda, D. W., & Dra., MM, N. (2019, Agustus). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Taman Cikapayang-Dago Terhadap Citra Perusahaan. *e-Proceesing of Applied Science*, 5, 667.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, I. (2006). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan PLS (Ed 2)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 1997. *Dasar-dasar Ilmu Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Gulo. W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cet.Pertama Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Irawan, B. I., & Azis, E. (2022). Pengaruh program *Corporate Social Responsibility* "Bring Back Our Bottle" Terhadap Citra Perusahaan The Body Shop (Survey Pada Konsumen The Body Shop). *SEIKO : Jurnal of Management & Business*, 326-345.
- Jannah, M., Suteki, & Budiyanto. (2021). Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Bhimasena Power Indonesia Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat Desa Karanggeneng Kabupaten Batang (Studi Kasus PT. Bhimasena Power Indonesia, Batang). *Diponegoro Law Journal*, 10, 167-178.
- Juri, M., & Sailawati. (2020). Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar PT Rea Kaltim Plantations). *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (JAMDI)*, 3, 432-4429.
- Kartikasari, Novia Dessy dkk. 2017 *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Multinasional*. Universitas Brawijaya Malang.
- Kotler, Philip and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility. Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. (New Jersey): Jan Wiley & Sons. Inc.
- Lestari, D. P., Yusuf, M., & Taqwa, R. (2021). Persepsi Citra Perusahaan Pertambangan PT. Baturona Adimulya Melalui Program *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 21, 29-39.
- Majid, Suharto Abdul. 2009. *costumer Service Dalam Bisnis Jasa dan Transpotasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Nanang A.S. 2018. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada PG Kebon Agung Kabupaten Malang)
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nurjanah, R., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan. *Muqtasid*, 40-53.
- Putra, M. S., & Yulianto, K. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra PT Putra Bintang Sembada. *Journal of Creative Communication*, 4, 43-60.
- Ramadhani, Any. 2023. <https://rakyatsulsel.fajar.co.id/2023/07/26/pt-pln-indonesia-power-barru-pomu-telah-realisasikan-berbagai-program-csr-di-semester-1-tahun-2023.html>. Diakses 30 Juli 2023
- Ramadhani, Rizky. 2011. Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*.
- Rudito, B., Famiola, M., 2007. Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia. Edisi 1. Bandung: Penerbit Rekayasa Bisnis.
- Ruslan, R. (2008). *Manajemen Publik Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sandy, M. K., & Paseleng, M. C. (2020, Januari 1). Pengaruh Efektivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Aspek *Environmenal Sustainability* Terhadap Reputasi Perusahaan Grand Hyatt Bali (PT Wyncor Bali). *SIGNAL*, 8, 01-88.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2003. *Dasar-dasar Public Relations*. Cetakan Kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabetha.
- Sugiyono. (2009). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabetha.
- Susanto, A.B. (2009). *Reputation Driven Corporate Sosial Responsibility: Pendekatan Stratejik Manajemen dalam CSR*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.

- Syurmita, & Fircarina, M. J. (2020, Agustus). Pengaruh Zakat, *Islamic Corporate Social Responsibility* dan Penerapan *Good Governance* Bisnis Syariah Terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1, 87-97.
- Wardani, Miranda Adhi. 2019. Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Konsumen.
- Wibisono, Yusuf. 2007. Membedakan konsep dan aplikasi CSR. Gresik: Penerbit Fascho Publishing.
- Widiyanarti, T. 2005. *Corporate Social Responsibility: Model Community Development* Oleh Korporat. *Jurnal Antropologi Sosial Budaya ETNOVISI*. Vol.1, No. 2, hlm.78-79.
- Yucha, N., Anggraini, P., & Mahmudah, S. (2021). Implementasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Di PT. XXX. *Jurnal Ecopreneur*, 4, 132-140.





## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PLTU BARRU)**

---

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Perkenalkan, saya Nurul Fadillah. A yang merupakan salah satu mahasiswa Akuntansi tingkat akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Saat ini saya tengah melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir.

Bersama ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

#### **Petunjuk pengisian kuesioner**

1. Berilah tanda (  $\checkmark$  ) pada kolom jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Ada 5 alternatif jawaban, yaitu :
  - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 2 = Tidak Setuju (TS)
  - 3 = Kurang Setuju (KS)
  - 4 = Setuju (S)
  - 5 = Sangat Setuju (SS)

### A. Identitas Responden

Nama Responden :  
 Pekerjaan :  
 Pendidikan Terakhir :  
 Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan  
 Umur :  22-30 tahun  >30 tahun

### B. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (X)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kinerja Ekonomi						
1.	Penerapan CSR diperuntukkan untuk meningkatkan kinerja ekonomi masyarakat					
2.	Kinerja ekonomi meningkat selama diterapkannya program CSR					
Lingkungan						
3.	Lingkungan lebih terjaga dengan adanya penerapan CSR					
4.	Penerapan CSR memberikan manfaat untuk lingkungan sekitar					
Sosial						
5.	Penerapan CSR diperuntukkan demi kepentingan masyarakat					
6.	Pendapatan masyarakat meningkat dengan adanya penerapan CSR					

### C. Citra Perusahaan (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Promosi						
1.	Penerapan CSR termasuk wadah promosi perusahaan					
2.	Penerapan CSR memberikan citra PLTU Barru sebagai perusahaan yang berkualitas					
Hubungan Publik						
3.	Penerapan CSR dapat dijadikan alat untung membangun hubungan public yang baik					
4.	Hubungan public akan tercipta dari penerapan CSR					
Nilai						
5.	Nilai perusahaan meningkat berkat penerapan CSR					
6.	Penerapan CSR menambah nilai tersendiri untuk perusahaan					

## Lampiran 2 Tabulasi Data

## TABULASI DATA

Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X)							Citra Perusahaan (Y)						
X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	TOTAL X	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL Y
5	4	3	4	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	5	5	5	29
4	4	3	3	4	4	22	4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	4	4	26
4	4	3	2	4	5	22	4	5	5	5	5	5	29
5	5	3	4	4	4	25	4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	4	3	4	24	4	5	5	5	5	4	28
5	5	5	4	4	4	27	3	3	4	5	4	4	23
5	5	4	3	4	5	26	5	4	5	5	3	5	27
4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	4	5	5	27
5	4	4	4	5	5	27	4	4	5	5	5	5	28
4	4	3	3	4	4	22	3	3	4	4	4	4	22
5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	3	4	4	22
5	5	4	3	4	4	25	4	4	5	5	4	4	26
4	5	3	3	4	3	22	4	3	4	3	4	3	21
4	4	3	4	4	4	23	3	5	4	5	4	4	25
5	5	5	4	5	5	29	4	4	5	5	4	4	26
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	4	5	5	27	5	5	4	4	3	5	26
5	5	4	4	3	5	26	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	5	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	4	4	4	27
5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28	5	5	3	3	4	5	25
4	4	5	5	4	4	26	4	4	5	5	5	5	28
5	5	3	3	5	5	26	5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	5	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	5	4	4	25	5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30



5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	5	4	4	27
4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	4	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	3	4	27
4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29	4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	4	5	5	28
5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	5	4	4	26
5	5	4	3	4	4	25	5	5	4	4	3	4	25
4	4	3	3	3	3	20	4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	5	5	27	4	4	5	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	5	5	26
4	5	4	4	5	4	26	5	5	5	5	4	4	28
4	5	3	4	4	4	24	5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29	5	5	3	4	5	5	27



## Lampiran 3 Hasil SPSS

## HASIL SPSS

## 1. Uji Validitas

		Correlations						
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	TOTAL_X
X.1	Pearson Correlation	1	.547**	.093	.016	.302*	.354**	.514**
	Sig. (2-tailed)		.000	.454	.897	.013	.003	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X.2	Pearson Correlation	.547**	1	.179	.095	.154	.144	.469**
	Sig. (2-tailed)	.000		.148	.443	.212	.245	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X.3	Pearson Correlation	.093	.179	1	.787**	.380**	.348**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.454	.148		.000	.002	.004	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X.4	Pearson Correlation	.016	.095	.787**	1	.382**	.276*	.705**
	Sig. (2-tailed)	.897	.443	.000		.001	.024	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X.5	Pearson Correlation	.302*	.154	.380**	.382**	1	.791**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.013	.212	.002	.001		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X.6	Pearson Correlation	.354**	.144	.348**	.276*	.791**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.003	.245	.004	.024	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL_X	Pearson Correlation	.514**	.469**	.752**	.705**	.768**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.710**	.063	-.045	.176	.440**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.000	.613	.717	.154	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y.2	Pearson Correlation	.710**	1	.001	.029	.197	.379**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000		.991	.817	.110	.002	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y.3	Pearson Correlation	.063	.001	1	.757**	.203	.152	.579**
	Sig. (2-tailed)	.613	.991		.000	.099	.219	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y.4	Pearson Correlation	-.045	.029	.757**	1	.226	.223	.581**
	Sig. (2-tailed)	.717	.817	.000		.066	.070	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y.5	Pearson Correlation	.176	.197	.203	.226	1	.716**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.154	.110	.099	.066		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Y.6	Pearson Correlation	.440**	.379**	.152	.223	.716**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.219	.070	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.613**	.606**	.579**	.581**	.665**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Uji Reliabilitas

## a) Uji Reliabilitas X

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	6

## b) Uji Reliabilitas Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	6

## 3. Uji Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penerapan CSR	67	20.00	30.00	26.5224	2.36360
Citra Perusahaan	67	21.00	30.00	26.9403	2.19421
Valid N (listwise)	67				

## 4. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00489155
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.093
	Positive	.056
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

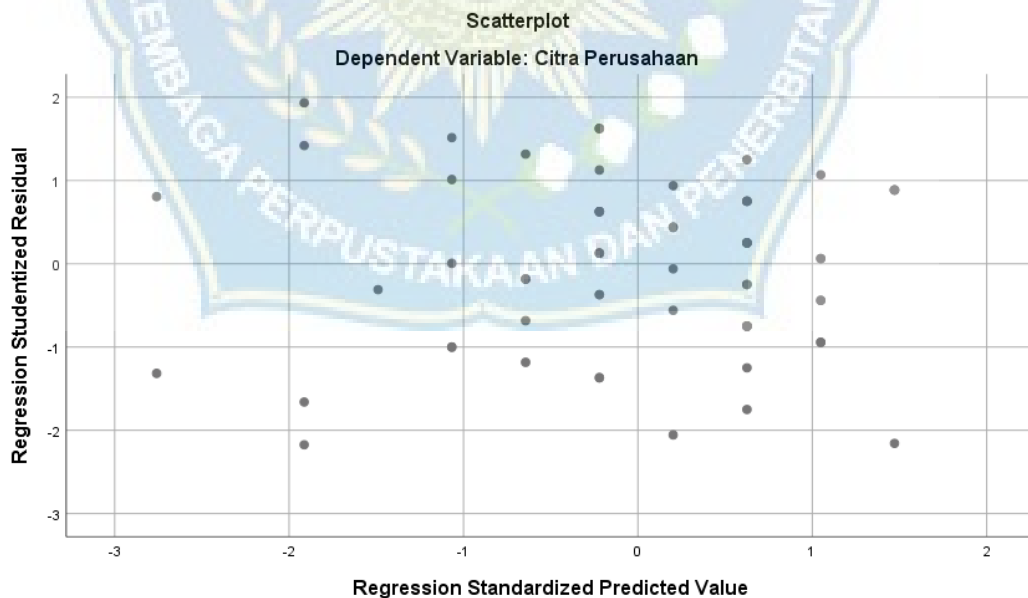
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

#### 5. Uji Multikolineritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.935	2.801		6.045	.000		
	Penerapan Corporate Social Responsibility	.377	.105	.406	3.585	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

#### 6. Uji Heteroskedastisitas



## 7. Uji Analisis Regresi Sederhana

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.935	2.801		6.045	.000
	Penerapan CSR	.377	.105	.406	3.585	.001

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

## 8. Uji T

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.935	2.801		6.045	.000
	Penerapan CSR	.377	.105	.406	3.585	.001

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

9. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406 <sup>a</sup>	.165	.152	2.02025

a. Predictors: (Constant), Penerapan CSR

Lampiran 4 Dokumentasi

DOKUMENTASI









## Lampiran 5 Administrasi Penelitian


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
 LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
 Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :lp3m@unismuh.ac.id

---

Nomor : 1243/05/C.4-VIII/IV/1444/2023 19 Ramadhan 1444 H  
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 10 April 2023 M  
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,  
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel  
 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan  
 di -  
 Makassar



Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 516/05/A.2-II/IV/44/2023 tanggal 10 April 2023, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **NURUL FADILLAH. A**  
 No. Stambuk : **10573 11142**  
 Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
 Jurusan : **Akuntansi**  
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

**"PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PLTU BARRU)"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 13 April 2023 s/d 13 Juni 2023.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.  
 Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

  
 Ketua LP3M,

  
**Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.**  
**NBM 1017716**

04-23



**PEMERINTAH KABUPATEN BARRU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Mal Pelayanan Publik Masiga Lt. 1-3 Jl. Iskandar Unru Telp. (0427) 21662, Fax (0427) 21410  
<http://izinonline.barrukab.go.id> : e-mail : [barrudpmtsptk@gmail.com](mailto:barrudpmtsptk@gmail.com) . Kode Pos 90711

Barru, 14 April 2023

Nomor : 203/IP/DPMTSP/IV/2023  
 Lampiran :  
 Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian

Kepada :  
 Yth. Direktur PT Indonesian Power UJP PLTU Barru  
 di-  
 Tempat

Berdasarkan Surat Kepala DPMTSP Provinsi Sulawesi Selatan Nomor : 15269/S.01/PTSP/2023 tanggal 11 April 2023 perihal tersebut di atas, maka **Mahasiswa (i)** / Peneliti / Dosen / Pegawai di bawah ini :

Nama : NURUL FADILLAH. A  
 Nomor Pokok : 105731114219  
 Program Studi : Akuntansi  
 Perguruan Tinggi : UNISMUH Makassar  
 Pekerjaan : Mahasiswa (S1)  
 Alamat : Cilellang Desa Cilellang Kec. Mallusetasi Kab. Barru

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal 14 April 2023 s/d 13 Juni 2023, dalam rangka penyusunan **Skripsi**, dengan judul :

**PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PLTU BARRU)**

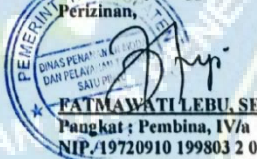
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan;
3. Mentaati semua Peraturan Perundang Undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1(satu) eksampelar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara (i) untuk memberikan bantuan fasilitas seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

a.n. Kepala Dinas,  
 Kabid. Penyelenggaraan Pelayanan  
 Perizinan,

  
**FATMAWATI LEBU, SE**  
 Pangkat : Pembina, IV/a  
 NIP.19720910 199803 2 008

**TEMBUSAN** : disampaikan Kepada Yth.

1. Bapak Bupati (sebagai laporan);
2. Kepala Bappelitbangda Kab. Barru;
3. Ketua LP3M UNISMUH Makassar;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;
5. Peringgal.

Nomor : 0057/STH.01.04/PLNIP200000/2023 26 Mei 2023  
 Lampiran : -  
 Sifat : Segera  
 Hal : Konfirmasi Permohonan Izin Penelitian Universitas Muhammadiyah Makassar Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPPTSP) Kab. Barru  
 Jln. Iskandar Unru, Barru

Sehubungan dengan Surat No. 203/IP/DPMPPTSP/IV/2023 Tentang Permohonan Izin Penelitian dari Universitas Muhammadiyah Makassar sebagaimana berikut berikut :

No.	Nama	Stambuk	Program Studi	Judul	Jadwal Penelitian
1	Nurul Fadillah A.	105731114219	Akuntansi	Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus PLTU Barru)	25 Mei – 13 Juni 2023

Dengan ini kami menginformasikan bahwa kegiatan Penelitian dapat dilaksanakan di PT PLN Indonesia Power Barru POMU dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Mengisi formulir praktek kerja/penelitian dan dibuktikan tanda tangan dari pihak Universitas / Sekolah.
2. Menunjukkan sertifikat vaksin covid-19 (minimal vaksin 2).
3. Mahasiswa dapat melaksanakan praktek kerja/penelitian setelah mengisi formulir dengan dibuktikan tanda tangan dan stempel dari pihak Universitas/sekolah.
4. Periode Mahasiswa/siswa melaksanakan praktek kerja /penelitian sesuai dengan tabel diatas.
5. Selama periode penelitian/praktek kerja, mahasiswa berdomisili di barru
6. PT PLN Indonesia Power Barru POMU tidak menyediakan akomodasi dan makan siang untuk mahasiswa/siswa selama praktek kerja lapangan / penelitian
7. Siswa/mahasiswa selama penelitian/praktek kerja lapangan diharapkan membawa APD sendiri (Safety Shoes, Helmet, earplug). Apabila tidak ada, harap konfirmasi.
8. Wajib mengikuti aturan PT PLN Indonesia Power sebagaimana berikut :

9. Memakai seragam sekolah / praktek untuk siswa, dan memakai Jas Almamater/Meas




Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

## BARRU POMU

- a. Memakai seragam sekolah / prakerin untuk siswa, dan memakai das Ahmadiyah/vear Pack bagi mahasiswa.
- b. Bagi Prakerin Putri tidak diperkenankan menggunakan bawahan rok, wajib menggunakan celana kain berwarna gelap.
- c. Tidak diperkenankan memakai T-Shirt (Kaos) dan celana jeans.
- d. Mengikuti kegiatan senam jumat pagi, menggunakan pakaian olahraga (kaos dan training panjang).
- e. Memakai safety shoes dan safety helmet untuk kerja praktik / penelitian / survey / riset di Area Tertutup.
- f. Pukul 07.00 WITA sudah berada di PT PLN Indonesia Power Barru OMU untuk melakukan absensi.
- g. Mentaati peraturan Keamanan, Keselamatan, dan Kesehatan Kerja (K3) dan Lingkungan.
- h. Saat jam kerja tidak diperkenankan meninggalkan ruang kerja untuk kepentingan pribadi. Bila terpaksa meninggalkan ruang kerja harus melapor dan meminta izin kepada pembimbing.
- i. Bila tidak masuk praktik kerja karena sakit atau berhalangan wajib memberitahu pembimbing dan bidang humas baik melalui surat atau telepon.
- j. Tidak merokok di area tertutup dan area terbatas PT PLN Indonesia Power Barru POMU.
- k. Tidak menggunakan fasilitas / sarana telepon, fotocopy dan computer untuk kepentingan pribadi selama melaksanakan praktik kerja / penelitian / survey / riset / pengambilan data.
- l. Tidak mengambil foto kecuali atas ijin dan pendampingan dari pembimbing (formulir disediakan).
- m. Tidak menyebarkan hasil praktik kerja / penelitian / survey / riset / pengambilan data kepada pihak lain.
- n. Menyerahkan 1 (satu) set laporan hasil praktik kerja / penelitian / survey / riset.
- o. Sanggup mentaati semua peraturan perusahaan yang berlaku. Demikian disampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Tembusan:

- ASMAN ADM BARRU POMU PT PLN INDONESIA POWER


 Dandatangani secara elektronik oleh  
 MANAGER  
**PLN RIA INDRAMAN**



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

## Lampiran 6 Hasil Lulus Plagiasi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN  
Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

---

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nurul Fadillah. A  
Nim : 105731114219  
Program Studi : Akuntansi  
Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	24 %	25 %
3	Bab 3	9 %	10 %
4	Bab 4	9 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 24 Juli 2023  
Mengetahui,  
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Nur Hafidza, S.Pd., M.I.P  
NBM. 044 591

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588  
Website: [www.library.unismuh.ac.id](http://www.library.unismuh.ac.id)  
E-mail : [perpustakaan@unismuh.ac.id](mailto:perpustakaan@unismuh.ac.id)

BAB I Nurul Fadillah. A  
105731114219  
by Tahap Tutup

Submission date: 24-Jul-2023 06:52AM (UTC+0700)  
Submission ID: 2135622633  
File name: BAB\_I\_NURUL\_FADILLAH.A\_2.docx (14.07K)  
Word count: 1032  
Character count: 7247

BAB I Nurul Fadillah. A 105731114219

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	2%
2	e-journal.polnes.ac.id Internet Source	2%
3	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	2%
4	jmtlawhouse.com Internet Source	2%
5	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes  On

Exclude bibliography  On

Exclude matches  2%





BAB II Nurul Fadillah. A  
105731114219  
by Tahap Tutup

**Submission date:** 24-Jul-2023 06:53AM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 2135623149  
**File name:** BAB\_II\_NURUL\_FADILLAH.A\_2.docx (30.03K)  
**Word count:** 3014  
**Character count:** 20713

BAB II Nurul Fadillah. A 105731114219

## ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

24%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	17%
2	<a href="http://dspace.uji.ac.id">dspace.uji.ac.id</a> Internet Source	5%
3	<a href="http://www.grafiatl.com">www.grafiatl.com</a> Internet Source	2%

Exclude quotes Exclude bibliography 

Exclude matches &lt; 2%



Turnitin



# BAB III Nurul Fadillah. A 105731114219

by Tahap Tutup

Submission date: 24-Jul-2023 06:54AM (UTC+0700)

Submission ID: 2135623545

File name: BAB\_III\_NURUL\_FADILLAH.A\_2.docx (16.27K)

Word count: 1086

Character count: 7029

## BAB III Nurul Fadillah. A 105731114219

## ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS


## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://dspace.uir.ac.id">dspace.uir.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://ejournal.unp.ac.id">ejournal.unp.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	2%
5	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	2%

Exclude quotes  OnExclude matches  < 2%Exclude bibliography  On

# BAB IV Nurul Fadillah. A 105731114219

by Tahap Tutup



**Submission date:** 24-Jul-2023 06:55AM (UTC+0700)  
**Submission ID:** 2135624505  
**File name:** BAB\_IV\_NURUL\_FADILLAH.A.2.docx (119.22K)  
**Word count:** 3661  
**Character count:** 22624



BAB V Nurul Fadillah. A  
105731114219  
by Tahap Tutup

Submission date: 24-Jul-2023 06:56AM (UTC+0700)

Submission ID: 2135625049

File name: BAB\_V\_NURUL\_FADILLAH.A\_2.docx (9.93K)

Word count: 264

Character count: 1794

BAB V Nurul Fadillah. A 105731114219

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

nadyapsikologi95.blogspot.com

Internet Source

3%



turnitin

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 2%

Exclude bibliography  On





## BIOGRAFI PENULIS



Nurul Fadillah. A panggilan Dillah lahir di Barru pada tanggal 20 Desember 2001 dari pasangan suami istri Bapak Ahmad M, S.Pd., M.M dan Ibu Hj. Jakiah, S.Pd. Peneliti merupakan anak tunggal. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Desa Cilellang, Kecamatan Mallusetasi, Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SD Inpres Cilellang Selatan Kabupaten Barru lulus tahun 2013, SMP Negeri 3 Mallusetasi lulus tahun 2016, SMA Negeri 2 Barru lulus tahun 2019 dan mulai tahun 2016 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar.