

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR
MINUM KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI



**MUH RYAN ZAINAL
NIM 105711106721**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MAKASSAR
2026**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

**JUDUL PENELITIAN:
PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

Di Susun Dan Diajukan Oleh:

**MUH RYAN ZAINAL
NIM:105711106721**

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi
Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar***

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2026**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Berusaha semampunya, berdoa seikhlasnya, hasilnya serahkan pada Tuhan.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan yang telah memberi kekuatan, kesehatan, dan kesempatan hingga karya ini dapat terselesaikan.

Persembahan ini saya tujukan kepada Orang tua saya, pilar utama segala Langkah, Keluarga dan sahabat, yang menjaga kewarasan di tengah kesibukan, Para pembimbing, yang membersamai perjalanan ilmu ini, Dan diriku, yang terus berjalan, bahkan ketika hanya mampu melangkah kecil.

This journey is ours.

PESAN DAN KESAN

Dengan doa orang tua dan dukungan banyak pihak, proses ini dapat saya jalani dengan tenang. Setiap tantangan memberi pelajaran, setiap bantuan memberi kekuatan. Semoga perjalanan ini terus membawa saya pada perkembangan yang lebih matang.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra
Perusahaan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum
Kota Makassar

Nama Mahasiswa : Muh Ryan Zainal

NIM : 105711106721

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan Panitia
Penguji Skripsi Strata (S1) pada tanggal 08 Januari 2026 di Program Studi
Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 19 Rajab 1447 H
08 Januari 2026 M

Menyetujui,

Pembimbing I


Warda, S.E., M.E.
NIDN: 0927039003

Pembimbing II

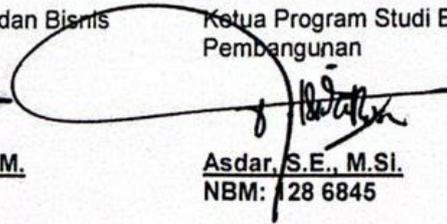

A. Nur Fitrianti, SE., M.Si.
NIDN: 0903058703

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
NBM: 103 8166

Ketua Program Studi Ekonomi
Pembangunan


Asdar, S.E., M.Si.
NBM: 128 6845



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Muh Ryan Zainal, NIM : 105711106721 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0001/SK-Y/60201/091004/2026, Tanggal 19 Rajab 1447 H/ 08 Januari 2026 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar..

Makassar, 19 Rajab 1447 H
08 Januari 2026 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas : Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU
Umum (Rektor Unismuh Makassar) (.....)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.ACC
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) (.....)
4. Penguji : 1. Dr. Muhammad Rusydi, S.E., M.Si.
2. Asdar, S.E., M.Si.
3. Warda, S.E., M.Si.
4. A. Nur Fitrianti, S.E., M.Si. (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M.
NBM : 103 8166



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Nama Mahasiswa : Muh Ryan Zainal
No. Stambuk/ NIM : 105711106721
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra
Perusahaan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum
Kota Makassar

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, 19 Rajab 1447 H
08 Januari 2026 M

buat Pernyataan,



Muh Ryan Zainal

NIM: 105711106721

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Edi Jusriadi, SE., M.M.
NBM: 103 8166

Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Asdar, S.E., M.Si
NBM: 128 6845

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

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

Nama : Muh Ryan Zainal
NIM : 105711106721
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

**Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Pada
Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/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, 19 Rajab 1447 H
08 Januari 2026 M

Buat Pernyataan,

Muh Ryan Zainal
NIM: 105711106721

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

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 *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar”.

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 Zainal dan Ibu Rahmawati yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku 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 Dr. Ir. H. Abd Rakhim Nanda, MT., IPU, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Asdar SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Ibu Warda., S.E., M.E selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Ibu A. Nur Fitrianti, SE., M.Si, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama proses penyusunan hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, yang tak kenal lelah menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar atas segala bantuan dan pelayanannya.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Angkatan 2021, yang selalu belajar bersama dan banyak memberikan bantuan serta dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Seluruh kerabat dan sahabat saya seperjuangan yakbar, yidris, yfiqri, yasman, yaksa yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan skripsi ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak, utamanya para pembaca yang budiman, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang.

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, 15 November 2025



Penulis

ABSTRAK

Muh Ryan Zainal. 2025. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar. Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Warda dan A. Nur Fitrianti.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan Data Primer yang diperoleh dari populasi, populasi dalam penelitian ini yang merupakan karyawan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dan sampel penelitian sebanyak 91 responden. Hasil data kuisisioner telah diuji dengan instrumen dan asumsi klasik berupa asumsi linieritas, asumsi normalitas, dan asumsi heteroskedastisitas. Metode analisis data menggunakan teknik regresi linier sederhana dengan menggunakan softwer SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan hasil penelitian diperoleh bahwa Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility dan Citra Perusahaan

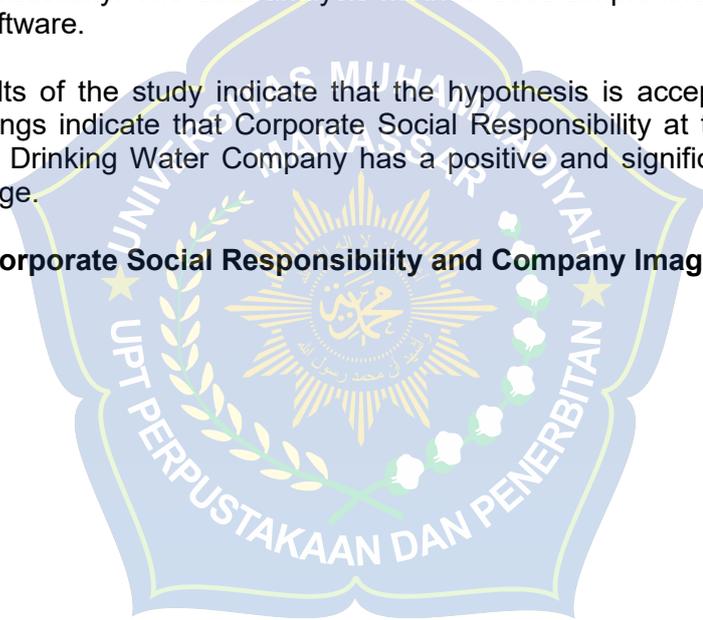
ABSTRACT

Muh Ryan Zainal. 2025. The Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Image at the Makassar City Regional Drinking Water Company. Department of Development Economics, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Warda and A. Nur Fitrianti.

This study aims to examine the effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Image at the Makassar City Regional Drinking Water Company. The sampling method used in this study was purposive sampling. Data collection used primary data obtained from the population. The population in this study were employees of the Makassar City Regional Drinking Water Company, and the research sample consisted of 91 respondents. The questionnaire data were tested using classical instruments and assumptions, including linearity, normality, and heteroscedasticity. The data analysis method used simple linear regression with SPSS software.

The results of the study indicate that the hypothesis is accepted, and the research findings indicate that Corporate Social Responsibility at the Makassar City Regional Drinking Water Company has a positive and significant effect on corporate image.

Keywords: Corporate Social Responsibility and Company Image



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vii
SURAT PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Tinjauan Teori	5
1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	5
2. Dimensi dan Pelaksanaan CSR	9
3. Pengertian dan Komponen Citra Perusahaan	12

4. Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan	15
B. Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Berfikir.....	22
D. Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Jenis dan Sumber Data.....	24
D. Populasi dan Sampel	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Definisi Operasional Variabel.....	26
G. Metode Analisis Data	27
H. Uji Hipotesis	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	31
B. Uji Instrumen Penelitian	49
C. Analisis Dekriptif dan Interpretasi (Pembahasan)	57
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	70
BIOGRAFI PENULIS.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	22
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normal P-P Plot	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Daftar Karyawan	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Uji Instrumen	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap CSR	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastitas	56
Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Sederhana	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (uji-t)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R ²)	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	73
Lampiran 2.....	85
Lampiran 3.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Citra perusahaan mencerminkan bagaimana suatu organisasi dipersepsikan oleh masyarakat, mencakup reputasi, identitas, serta kredibilitasnya. Dalam sektor layanan publik, termasuk Perusahaan Umum Daerah Air Minum (Perumda Air Minum) Kota Makassar, keberadaan citra positif sangat krusial karena berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat serta menopang kelancaran operasional perusahaan. Reputasi positif dapat meningkatkan dukungan masyarakat, memperkuat loyalitas pelanggan, serta mempermudah kolaborasi dengan berbagai pihak terkait.

Sebagai penyedia layanan air bersih bagi masyarakat Makassar, Perumda Air Minum bertanggung jawab tidak hanya dalam hal pelayanan teknis, tetapi juga dalam menjalin hubungan sosial yang harmonis dengan masyarakat sekitar. Seiring dengan meningkatnya ekspektasi publik, perusahaan tidak cukup hanya memberikan layanan prima, melainkan juga dituntut berkontribusi secara sosial melalui program kepedulian sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep yang menekankan peran perusahaan dalam memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan lingkungan di luar tujuan bisnis utamanya. Di Indonesia, pelaksanaan CSR telah memiliki dasar hukum melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di sektor pelayanan publik. Bagi Perumda Air Minum, hal ini menjadi komitmen penting dalam memberikan manfaat bagi

masyarakat sekaligus menjaga kelangsungan layanan yang diberikan.

Program CSR yang telah dilaksanakan oleh Perumda Air Minum Kota Makassar meliputi edukasi penghematan air, penyediaan fasilitas air bersih, serta pemberian bantuan sosial bagi masyarakat kurang mampu. Meski demikian, belum terdapat kajian yang secara spesifik mengukur seberapa besar dampak program tersebut terhadap persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan. Ada kemungkinan masyarakat mengenal kegiatan CSR yang dilakukan, namun belum tentu memberikan penilaian positif terhadap Perumda Air Minum.

Berbagai penelitian terdahulu telah membuktikan adanya pengaruh CSR terhadap citra perusahaan. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Nugraheni et al. (2024) dan Yaskun dan Cahyono (2015) menunjukkan bahwa implementasi CSR yang konsisten dan sesuai kebutuhan masyarakat dapat memperkuat reputasi serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada sektor swasta, sehingga belum sepenuhnya mewakili kondisi perusahaan daerah seperti Perumda Air Minum Kota Makassar.

Perusahaan milik daerah memiliki karakteristik tersendiri, baik dari sisi tujuan operasional maupun tantangan yang dihadapi. Maka dari itu, penting dilakukan penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara pelaksanaan CSR dan pembentukan citra perusahaan di lingkungan BUMD. Terlebih lagi, masyarakat saat ini semakin kritis dalam menilai kinerja perusahaan daerah, terutama dengan kemudahan akses informasi melalui media sosial dan platform digital lainnya.

Pelaksanaan CSR yang efektif dan transparan bukan hanya berfungsi

sebagai media komunikasi perusahaan, tetapi juga sebagai strategi mitigasi risiko reputasi.

Ketika terjadi permasalahan dalam layanan, CSR yang sudah tertanam kuat dapat membantu memulihkan kembali kepercayaan publik. Hal ini sejalan dengan temuan Maulana dan Azizah (2019) yang menyebutkan bahwa CSR memiliki peran strategis dalam menjaga citra perusahaan di tengah krisis.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis bagaimana Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap citra perusahaan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan secara teoretis bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran sosial dan layanan publik, serta menjadi acuan praktis bagi perusahaan dalam merancang program CSR yang lebih efektif dan benar-benar memberikan manfaat bagi masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya, penelitian ini dirumuskan melalui pertanyaan utama sebagai berikut:

“Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap citra perusahaan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik dari sisi teori maupun praktik sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya kajian ilmiah dalam bidang manajemen, khususnya mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya yang hendak mengkaji topik sejenis, khususnya dalam konteks BUMD atau perusahaan pelayanan publik di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan dalam merancang dan mengevaluasi program CSR agar lebih efektif dalam membangun citra positif perusahaan.

B. Bagi Pemerintah Daerah

Menjadi bahan pertimbangan dalam menilai kinerja sosial BUMD.

C. Bagi Masyarakat

Memberikan pemahaman mengenai peran CSR dalam mendukung kesejahteraan sosial dan hubungan dengan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam setiap kegiatan operasionalnya. CSR bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik. Sebagaimana dijelaskan oleh Astiti dan Saitri (2017), CSR mencakup berbagai program yang bertujuan untuk memberikan manfaat sosial, seperti pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, dan pengembangan ekonomi lokal. Dalam konteks Perumda Air Minum Kota Makassar, CSR sangat penting sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar sekaligus sebagai alat untuk memperkuat hubungan harmonis antara perusahaan dan komunitas.

Pelaksanaan CSR yang tepat dapat meningkatkan citra perusahaan karena masyarakat akan melihat perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, melainkan juga peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Dengan begitu, CSR berperan sebagai jembatan yang menghubungkan kepentingan bisnis dan sosial dalam satu kesatuan.

Dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, terutama pada Pasal 74. Ketentuan ini menegaskan bahwa perusahaan yang bergerak dalam bidang yang berkaitan

dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR sebagai bentuk kontribusi terhadap

pembangunan berkelanjutan. Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Kota Makassar sebagai entitas pelayanan publik juga termasuk dalam kategori ini dan dituntut untuk mengintegrasikan nilai-nilai sosial dan lingkungan dalam setiap aktivitas bisnisnya.

Penerapan CSR semestinya tidak sebatas simbolik, melainkan harus diarahkan pada upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar secara nyata. Program- program yang dijalankan Perumda, seperti distribusi air bersih gratis, edukasi kebersihan lingkungan, serta kegiatan penghijauan, menunjukkan komitmen perusahaan dalam memperhatikan aspek sosial dan ekologis. Hal ini turut meningkatkan akseptabilitas perusahaan di mata masyarakat.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bukan semata-mata merupakan keharusan legal, tetapi menjadi bagian penting dari strategi jangka panjang dalam memperoleh kepercayaan publik. Dalam pandangan Ismail (2017), CSR menggambarkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan sosial dan lingkungan hidup, yang pada akhirnya mendukung kelangsungan usaha. Hal ini sangat relevan bagi perusahaan seperti Perumda Air Minum yang menyediakan layanan esensial kepada masyarakat.

Program CSR yang dirancang dengan baik berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan masyarakat. CSR telah menjadi bagian dari reputasi dan integritas perusahaan, di mana aksi nyata lebih memiliki bobot dibandingkan promosi semata. Pratiwi (2020) menegaskan bahwa masyarakat cenderung mempercayai perusahaan yang menunjukkan

kontribusi sosial daripada sekadar melakukan pemasaran.

Corporate Social Responsibility (CSR) didefinisikan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang dijalankan oleh perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, termasuk masyarakat dan lingkungan, di luar kepentingan mencari keuntungan semata (Wibisono, 2016). CSR bukan sekadar kegiatan amal, melainkan telah menjadi bagian dari strategi bisnis yang berorientasi jangka panjang. Perusahaan kini diharapkan secara sukarela dan terbuka berkontribusi pada kepentingan publik untuk menciptakan sinergi antara tujuan bisnis dan kesejahteraan masyarakat.

Kewajiban menjalankan CSR telah diatur secara formal, di antaranya melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya pada pasal 74, yang mewajibkan pelaku usaha untuk bertanggung jawab secara sosial. Ketentuan tersebut menjadikan CSR di Indonesia sebagai kewajiban hukum, bukan lagi sekadar inisiatif sukarela (Santoso, 2020). Praktik CSR meliputi berbagai bidang, seperti pelestarian lingkungan, bidang pendidikan, sektor kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat.

Seiring berkembangnya dinamika bisnis dan tuntutan masyarakat, CSR kini dipandang sebagai investasi sosial perusahaan. Hal ini berarti bahwa CSR bukan hanya memenuhi kewajiban sosial, tetapi juga menciptakan nilai bersama antara perusahaan dan masyarakat (Kusuma & Pramudana, 2020). Dengan menjalankan CSR secara terencana, perusahaan dapat memperoleh legitimasi sosial serta memperluas basis dukungan publik terhadap aktivitasnya.

CSR juga memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan pasar yang ketat. Masyarakat cenderung memilih produk atau layanan dari

perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial (Sari & Nurul, 2021). Oleh karena itu, CSR menjadi salah satu bentuk strategi komunikasi yang menjembatani kepentingan ekonomi dan moral perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab jangka panjang dari perusahaan untuk turut serta dalam pembangunan berkelanjutan. Kegiatan ini dijalankan dengan memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta memperhitungkan kepentingan para pemangku kepentingan (stakeholder). Di era modern, masyarakat semakin peduli terhadap perusahaan yang tidak hanya mengejar keuntungan, melainkan juga memberi dampak positif bagi lingkungan dan komunitas (Wibisono, 2018).

Implementasi CSR mencakup berbagai hal seperti kegiatan sosial kemasyarakatan, perlindungan lingkungan, transparansi dalam operasional bisnis, hingga peningkatan kualitas pendidikan masyarakat. Bagi Perusahaan Umum Daerah seperti Perumda Air Minum, penerapan CSR tidak hanya menjadi bentuk kepedulian sosial, tetapi juga mempererat hubungan perusahaan dengan masyarakat yang sekaligus berperan sebagai pelanggan utama.

CSR bukan sekadar bentuk kepedulian, melainkan juga menjadi strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Ketika masyarakat melihat perusahaan aktif dalam kegiatan sosial, hal itu menciptakan citra positif dan kepercayaan jangka panjang. Di sektor pelayanan publik seperti Perumda, nilai ini berperan penting dalam menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan.

2. Dimensi dan Pelaksanaan CSR

CSR dilaksanakan dalam berbagai dimensi, antara lain sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dimensi sosial fokus pada upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar melalui berbagai program sosial. Dimensi ekonomi terkait dengan kontribusi perusahaan terhadap perkembangan ekonomi lokal, seperti penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan usaha kecil. Sedangkan dimensi lingkungan berkaitan dengan perlindungan dan pelestarian lingkungan di area operasional perusahaan (Mallarangeng et al., 2022).

Pelaksanaan CSR yang efektif membutuhkan perencanaan yang matang, partisipasi aktif dari berbagai pihak, dan penyesuaian program dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, monitoring dan evaluasi harus dilakukan agar program CSR dapat memberikan dampak nyata yang positif serta membangun kepercayaan dan citra yang baik di masyarakat.

CSR dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu CSR internal dan eksternal. CSR internal merujuk pada tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan, seperti penyediaan fasilitas kerja yang layak, pengembangan keahlian, serta jaminan sosial. Sedangkan CSR eksternal mencakup interaksi perusahaan dengan komunitas luar, misalnya keterlibatan dalam program sosial, bantuan bencana, atau perlindungan lingkungan (Nugroho, 2015).

Keseimbangan pelaksanaan kedua aspek CSR ini mencerminkan integritas perusahaan dalam menjalin hubungan yang berkelanjutan dengan semua pemangku kepentingan. Dalam kasus Perumda Air Minum Kota Makassar, program CSR eksternal seperti penyuluhan air bersih dan sanitasi turut memperkuat hubungan perusahaan dengan pelanggan, yang pada

gilirannya menciptakan citra perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab.

Secara umum, CSR mencakup berbagai sektor seperti pendidikan, kesehatan, pelestarian lingkungan, dan pengembangan sosial. Pelaksanaannya di perusahaan daerah biasanya menyesuaikan dengan kebutuhan lokal. Contohnya, Perumda Air Minum Kota Makassar menjalankan program CSR yang menitikberatkan pada akses air bersih dan edukasi kebersihan, sebagaimana diuraikan oleh Dewi dan Amin (2021).

Pelaksanaan CSR mempertimbangkan prinsip transparansi, partisipasi publik, dan akuntabilitas. Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan evaluasi program CSR menjadi penting agar manfaatnya dapat dirasakan langsung. Penelitian oleh Lestari (2016) menunjukkan bahwa keterlibatan publik yang tinggi dalam kegiatan CSR berdampak positif terhadap persepsi masyarakat terhadap perusahaan.

Pelaksanaan CSR terdiri dari berbagai dimensi yang saling berkaitan. Kotler dan Lee (2016) mengidentifikasi enam jenis utama dari CSR, yaitu: (1) promosi untuk isu sosial, (2) pemasaran dengan tujuan sosial, (3) tanggung jawab sosial perusahaan secara umum, (4) kegiatan filantropis perusahaan, (5) aksi sukarela dari perusahaan, serta (6) penerapan praktik bisnis yang etis. Keenam dimensi ini memberi kerangka dalam merancang strategi CSR yang komprehensif.

Dalam perusahaan milik daerah, pelaksanaan CSR lebih fokus pada isu-isu sosial dan lingkungan, seperti pengelolaan air limbah, edukasi kesehatan lingkungan, dan pengembangan infrastruktur masyarakat. Contohnya, Perumda Air Minum menjalankan program penyuluhan sanitasi dan pembangunan fasilitas umum sebagai bentuk tanggung jawab sosial

(Ramadhani & Fadilah, 2022). Praktik ini disesuaikan dengan kebutuhan lokal dan misi keberlanjutan perusahaan.

Beberapa ahli menambahkan dimensi CSR yang menyesuaikan dengan konteks lokal, seperti budaya, kebutuhan masyarakat, dan kondisi geografis (Wahyuni, 2022). Misalnya, dalam sektor pelayanan publik seperti air minum, CSR dapat diwujudkan dalam bentuk penyediaan akses air bersih bagi masyarakat kurang mampu, pelatihan edukatif, serta kerja sama dengan instansi kesehatan.

Di Perumda Air Minum Kota Makassar, program CSR difokuskan pada pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan dan pelayanan sosial. Hal ini mencakup kegiatan sanitasi air, perbaikan saluran air, serta penyediaan beasiswa untuk keluarga pelanggan kurang mampu. Aktivitas seperti ini berkontribusi langsung terhadap keberlanjutan operasional perusahaan sekaligus menciptakan manfaat jangka panjang (Fadillah & Andriani, 2019).

Citra perusahaan merupakan persepsi publik terhadap identitas dan reputasi suatu organisasi berdasarkan pengalaman langsung maupun tidak langsung. Persepsi ini terbentuk dari beragam sumber, mulai dari kualitas layanan, eksposur media, hingga kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan (Kotler & Keller, 2016). Citra yang baik akan mendukung terbentuknya kepercayaan pelanggan dan menjadi aset penting dalam pengembangan bisnis jangka panjang. Beberapa dimensi penting yang membentuk citra perusahaan mencakup keandalan produk atau layanan, kepedulian sosial, pelayanan konsumen, tanggung jawab lingkungan, dan integritas perusahaan dalam menjalankan bisnis. Khusus bagi Perumda Air Minum, persepsi masyarakat terhadap kualitas air, tarif

layanan, serta kontribusi sosial perusahaan akan sangat memengaruhi citra lembaga tersebut di mata publik.

Citra perusahaan juga menjadi tameng penting dalam menghadapi dinamika eksternal, seperti isu negatif atau perubahan regulasi. Oleh karena itu, menjaga citra perusahaan harus dilakukan secara menyeluruh oleh semua unit organisasi, bukan hanya menjadi tanggung jawab satu departemen.

3. Pengertian dan Komponen Citra Perusahaan

Citra perusahaan merujuk pada gambaran atau persepsi masyarakat terhadap sebuah perusahaan berdasarkan pengalaman, informasi, dan interaksi yang terjadi antara perusahaan dan publik. Sari dan Kusuma (2018) menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan salah satu aset tak berwujud yang penting karena dapat memengaruhi keputusan konsumen dan stakeholder lainnya.

Komponen utama citra perusahaan mencakup identitas visual seperti logo dan slogan, komunikasi yang dilakukan perusahaan, perilaku dan sikap karyawan, serta kualitas produk atau layanan yang diberikan. Citra yang positif membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan, loyalitas, dan membangun keunggulan kompetitif. Sebaliknya, citra negatif dapat merusak reputasi dan menurunkan kepercayaan publik.

Citra perusahaan didefinisikan sebagai kesan umum yang terbentuk di benak publik berdasarkan pada pengalaman, komunikasi, serta informasi yang diterima terkait perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi masyarakat dibentuk oleh kesesuaian antara identitas, nilai, dan tindakan yang konsisten dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, citra tidak dibangun

secara instan, melainkan hasil dari akumulasi pengalaman yang berkelanjutan.

Dalam konteks Perumda Air Minum, citra yang positif penting untuk menjaga loyalitas pelanggan dan kepercayaan publik terhadap layanan yang disediakan. Pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat serta keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial dapat menciptakan persepsi yang baik terhadap perusahaan sebagai institusi yang tidak hanya mengejar profit, tetapi juga peduli terhadap kualitas hidup warga.

Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang erat dengan pembentukan citra perusahaan. CSR yang diterapkan secara efektif dan konsisten mampu memperkuat reputasi serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Susanto dan Prasetyo (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara persepsi masyarakat terhadap pelaksanaan CSR dan tingkat kepercayaan mereka terhadap perusahaan.

Sementara itu, hasil penelitian oleh Yusuf dan Ahmad (2021) menunjukkan bahwa perusahaan daerah yang rutin menjalankan kegiatan CSR mendapatkan citra positif di mata masyarakat. Dalam konteks Perumda Air Minum Kota Makassar, kegiatan CSR seperti bantuan air bersih dan pelatihan kebersihan lingkungan dapat meningkatkan kepuasan publik serta memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan perusahaan.

Citra perusahaan terdiri atas elemen visual (seperti logo dan desain), komunikasi (pesan publik), serta perbuatan nyata (layanan dan aktivitas sosial). Menurut Heryanto (2015), konsistensi antara ketiganya menciptakan identitas perusahaan yang kuat. Perusahaan daerah penyedia air minum perlu menjaga reputasi melalui layanan yang andal serta kepedulian sosial

yang konsisten.

Pengalaman pelanggan dan informasi yang beredar melalui media sosial sangat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan. Oleh karena itu, Perumda Air Minum perlu memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan kegiatan CSR mereka dengan cara yang terbuka agar dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata publik.

Citra perusahaan merupakan representasi persepsi publik terhadap identitas dan kepribadian perusahaan (Mulyana, 2018). Citra yang baik terbentuk dari reputasi positif, pelayanan prima, serta kontribusi perusahaan dalam bidang sosial dan lingkungan. Persepsi ini sangat memengaruhi loyalitas serta tingkat kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan (Harahap, 2019).

Untuk membangun citra positif, perusahaan harus konsisten dalam berkomunikasi dan menunjukkan kepedulian melalui aksi nyata. Salah satunya dengan menjalankan program CSR yang terencana. Ketika masyarakat melihat upaya perusahaan dalam menanggapi isu-isu sosial secara aktif, mereka cenderung membentuk persepsi positif (Yuliana & Arifin, 2020). Ini membuktikan bahwa keberhasilan program CSR memiliki dampak langsung terhadap pembentukan citra perusahaan.

Citra perusahaan terbentuk dari akumulasi pengalaman dan persepsi masyarakat terhadap interaksi mereka dengan perusahaan (Ardiansyah, 2018). Komunikasi publik, pelayanan konsumen, dan tanggung jawab sosial merupakan elemen yang saling berkaitan dalam membangun dan mempertahankan citra tersebut. Dalam jangka panjang, citra yang baik akan meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan.

Untuk perusahaan daerah seperti Perumda Air Minum, citra yang baik tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat tetapi juga mempermudah koordinasi dengan instansi pemerintahan dan lembaga donor. Hal ini penting untuk memperkuat legitimasi perusahaan sebagai penyedia layanan publik yang profesional dan peduli (Nuraini & Yusuf, 2022).

CSR memiliki pengaruh langsung dalam membentuk citra perusahaan. Kegiatan CSR yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan persepsi positif dari masyarakat. Hal ini ditegaskan oleh Maulani & Hasanah (2021), yang menemukan bahwa pelaksanaan CSR yang berkualitas tinggi secara signifikan memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat luas.

CSR dapat menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara perusahaan dan masyarakat. Ketika CSR dilakukan dengan melibatkan partisipasi masyarakat, maka hal ini menumbuhkan rasa memiliki dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan. Bagi Perumda Air Minum, hal ini sangat strategis karena perusahaan melayani kebutuhan dasar masyarakat dan sangat bergantung pada penerimaan publik.

Selain memperkuat loyalitas masyarakat, keberhasilan pelaksanaan CSR juga memperlihatkan komitmen perusahaan terhadap pembangunan sosial dan lingkungan. Hal ini menjadi pembeda utama bagi perusahaan daerah dalam menciptakan keunggulan kompetitif, baik dalam pelayanan maupun dalam persepsi masyarakat.

4. Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan

Berbagai studi telah membuktikan bahwa pelaksanaan CSR berdampak positif terhadap citra perusahaan. Hardiani (2016) menemukan bahwa

perusahaan yang menjalankan program CSR dengan baik cenderung memiliki citra yang lebih baik di mata publik. Hal ini diperkuat oleh penelitian Nugraheni et al. (2024) yang menunjukkan CSR dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan citra perusahaan.

Selain itu, Pitaloka dan Budiwitjaksono (2022) mengemukakan bahwa pelaksanaan CSR yang konsisten dan relevan dapat meningkatkan persepsi masyarakat dan memperkuat citra perusahaan. Virana (2019) juga menegaskan bahwa CSR berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah melalui citra perusahaan yang positif.

Dengan demikian, pelaksanaan CSR yang dirancang secara strategis tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga menjadi alat efektif untuk membangun dan mempertahankan citra yang kuat di masyarakat.

Berbagai studi empiris telah membuktikan hubungan yang erat antara CSR dan persepsi citra perusahaan. Saputra (2018) menemukan bahwa persepsi positif masyarakat terhadap CSR mampu meningkatkan tingkat kepercayaan dan loyalitas publik terhadap perusahaan. Hal ini juga berlaku pada sektor pelayanan publik seperti air bersih.

CSR memiliki peran sebagai penyeimbang ketika terjadi penurunan kualitas pelayanan. Pada saat terjadi keluhan dari konsumen, kegiatan CSR yang aktif dapat berfungsi sebagai kompensasi citra. Maulana dan Azizah (2019) menyatakan bahwa perusahaan yang giat melakukan CSR akan lebih mudah dimaafkan oleh masyarakat ketika menghadapi krisis layanan.

Berbagai studi telah menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara pelaksanaan program CSR dan peningkatan citra

perusahaan di mata publik (Hasanah, 2021). CSR yang dikelola secara efektif akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap komitmen sosial perusahaan. Kepercayaan ini kemudian berkontribusi pada peningkatan reputasi dan loyalitas pelanggan.

Pelaksanaan CSR juga berperan dalam membangun koneksi emosional antara perusahaan dan komunitasnya. Ketika masyarakat merasa diperhatikan, maka timbul keterikatan yang berdampak pada penilaian mereka terhadap perusahaan. Dalam konteks Perumda Air Minum Kota Makassar, pelaksanaan CSR seperti penyuluhan penggunaan air bersih dan bantuan fasilitas sosial menjadi strategi untuk membentuk citra perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli (Rahmawati & Jufri, 2023).

Penelitian dari berbagai sektor menunjukkan korelasi positif antara kualitas pelaksanaan CSR dan persepsi masyarakat terhadap reputasi perusahaan (Nugroho & Lestari, 2017). Masyarakat menilai perusahaan tidak hanya dari kinerja bisnisnya tetapi juga dari seberapa besar kontribusinya terhadap lingkungan sosial dan alam.

Dalam konteks Perumda Air Minum Kota Makassar, penguatan citra perusahaan dilakukan melalui pelaporan CSR secara terbuka, pelibatan masyarakat dalam program lingkungan, serta transparansi dalam penggunaan anggaran sosial. Langkah ini menunjukkan bahwa CSR bukan hanya alat promosi, melainkan strategi integral yang berperan dalam membentuk citra institusional secara berkelanjutan (Maulani & Hasanah, 2021).

Pelaksanaan CSR pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) memiliki karakteristik khusus karena menyangkut dua fungsi utama: pelayanan publik

dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks Perumda Air Minum Kota Makassar, CSR dapat diwujudkan dalam bentuk distribusi air bersih untuk daerah yang belum terjangkau, kampanye kesehatan lingkungan, hingga mendukung program- program sosial masyarakat.

Wahyuni (2022) menekankan bahwa CSR di perusahaan milik pemerintah daerah harus dijalankan secara partisipatif dan fokus pada pemenuhan kebutuhan masyarakat. Program CSR yang dijalankan tidak hanya mencerminkan kepedulian sosial, tetapi juga bagian dari tanggung jawab pelayanan publik yang diemban oleh perusahaan daerah.

CSR yang dikelola secara baik dalam lingkungan Perumda dapat memperkuat citra positif lembaga di mata masyarakat sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap kinerja pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan bahwa program sosial bukan hanya tambahan, tetapi bagian integral dari manajemen strategis perusahaan daerah.

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang dimaksud dan di jadikan acuan atau dasar penulisan ini di antaranya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1.	Lestari (2016)	Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan pada PDAM Surakarta	Kuantitatif	X1,X2 Y	Penelitian ini menemukan bahwa pelaksanaan CSR di PDAM Surakarta memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk citra positif perusahaan di mata

					konsumen. Program CSR yang fokus pada aspek lingkungan dan sosial berkontribusi besar dalam meningkatkan kepercayaan publik.
2.	Saputra (2018)	Hubungan CSR dan Citra Perusahaan pada Layanan Publik	Kuantitatif korelasional	X1,X2 Y	Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif antara pelaksanaan CSR dengan citra perusahaan. Semakin baik kualitas program CSR yang dijalankan, semakin meningkat pula citra perusahaan layanan publik tersebut.
3.	Pratiwi (2020)	Efektivitas Strategi CSR dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan	Deskriptif kualitatif	X1,X2 Y	Strategi CSR yang dirancang dengan baik dan tepat sasaran terbukti meningkatkan reputasi perusahaan secara signifikan, terutama ketika program tersebut memberikan manfaat sosial yang langsung dirasakan masyarakat.
4.	Maulana & Azizah (2019)	CSR sebagai Kompensasi Citra dalam Krisis Layanan Publik	Studi kasus	X1,X2 Y	CSR berperan sebagai alat pemulihan citra perusahaan setelah mengalami krisis layanan, seperti gangguan distribusi air. Pelaksanaan CSR secara responsif mampu meningkatkan kembali kepercayaan masyarakat.
5.	Wulandari (2022)	Peran CSR dalam Respons Perusahaan terhadap	Deskriptif kualitatif	X1,X2 Y	Perusahaan yang aktif dalam penanganan bencana melalui program CSR

		Bencana			mendapatkan apresiasi tinggi dari masyarakat dan berhasil meningkatkan citra perusahaan secara signifikan.
6.	Kurniawan (2021)	CSR dan Keberlanjutan Layanan Publik: Studi pada Perusahaan Daerah	Mixed Method	X1,X2 Y	CSR dianggap sebagai strategi penting untuk menjaga keberlanjutan layanan publik. Penelitian menunjukkan bahwa program CSR mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempererat hubungan perusahaan dengan komunitas lokal.
7.	Rahayu (2020)	Peran Stakeholder dalam Pengelolaan Program CSR	Kualitatif	X1,X2 Y	Keterlibatan stakeholder dalam pelaksanaan CSR meningkatkan efektivitas program dan membentuk citra perusahaan yang transparan, kolaboratif, serta bertanggung jawab secara sosial.
8.	Anwar (2017)	Strategi Diferensiasi Berbasis CSR dalam Meningkatkan Loyalitas	Kuantitatif	X1,X2 Y	Penelitian ini membuktikan bahwa perusahaan yang menggunakan CSR sebagai strategi diferensiasi memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang lebih tinggi serta keunggulan reputasi dibanding pesaing.
9.	Dewi & Amin (2021)	Peran CSR dalam Meningkatkan	Kuantitatif	X1,X2 Y	CSR secara signifikan berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan

		Kepuasan Masyarakat			masyarakat terhadap layanan perusahaan, terutama jika program tersebut menyentuh kebutuhan dasar seperti pendidikan, air bersih, dan lingkungan hidup.
10.	Ismail (2017)	CSR: Konsep dan Implementasi pada Perusahaan Daerah	Studi literatur	X1,X2 Y	Studi ini menyimpulkan bahwa perusahaan daerah yang konsisten menerapkan CSR memiliki citra positif yang kuat dan mendapatkan dukungan publik yang lebih besar, khususnya dalam menjaga kelangsungan layanan.

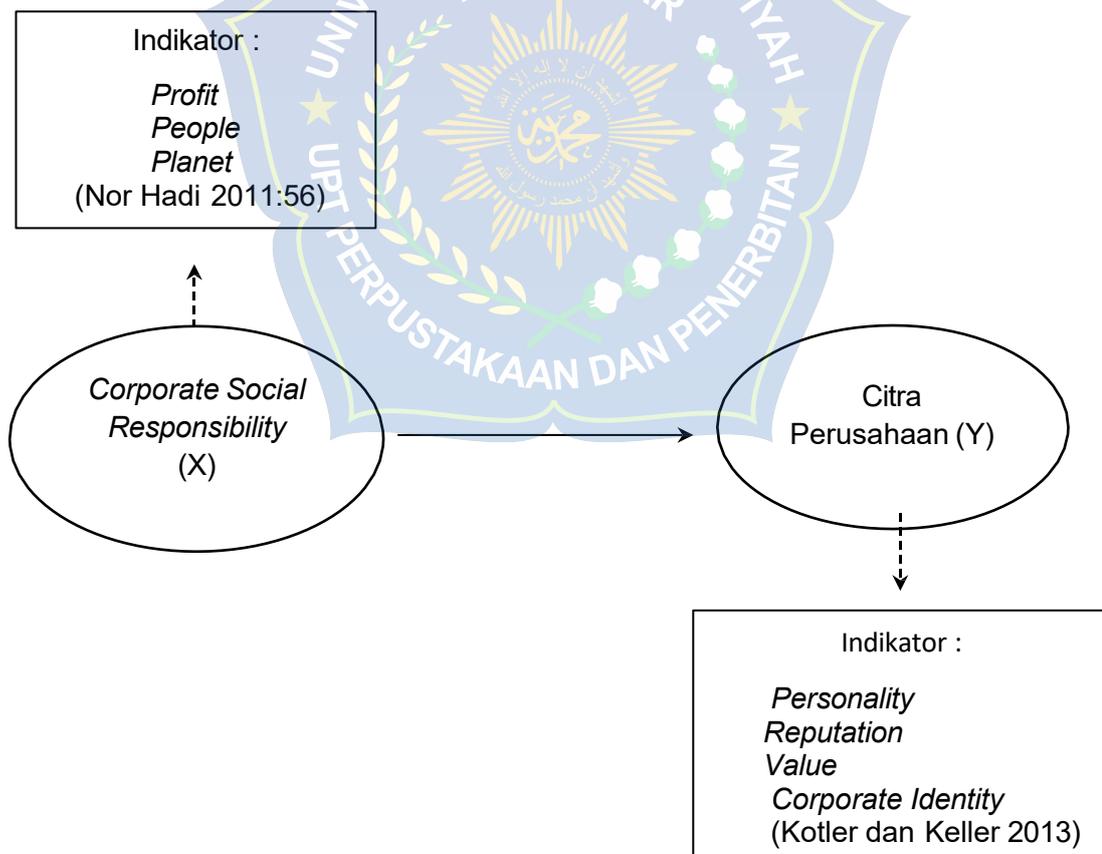


C. Kerangka Berpikir

Perusahaan pada dasarnya bertujuan memperoleh keuntungan (*profit*). Namun, dalam perkembangannya, masyarakat menuntut perusahaan juga peduli pada **aspek sosial (people)** dan **aspek lingkungan (planet)**. Tuntutan ini diwujudkan melalui **Corporate Social Responsibility (CSR)**.

CSR menjadi strategi perusahaan agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memberikan kontribusi nyata pada masyarakat dan lingkungan. Apabila perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan konsisten, maka masyarakat akan menilai positif, sehingga dapat meningkatkan **citra perusahaan**.

Kerangka pikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka berpikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

“Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.”



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang mengumpulkan dan mengolah informasi dalam bentuk data numerik untuk memperoleh pemahaman yang digunakan dalam menganalisis informasi terkait fenomena yang ingin diteliti. Menurut Sugiyono (2015:14), metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, diterapkan pada penelitian yang melibatkan populasi dan sampel, serta proses pengumpulan datanya dilakukan dengan memanfaatkan instrumen penelitian. Data dianalisis menggunakan nilai-nilai yang dapat dihitung dan diukur, dengan fokus utama untuk menilai kebenaran hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar, Sulawesi Selatan, serta pelaksanaannya berlangsung dari Juni sampai Juli 2025.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Data kuantitatif adalah jenis data yang penyajiannya berbentuk angka serta dapat dihitung atau diukur secara langsung. Dalam kajian statistik, variabel dipahami sebagai karakteristik, sifat, atau ukuran tertentu yang digunakan untuk menggambarkan suatu objek atau fenomena penelitian.

2. Sumber data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyusunan kuesioner

yang diberikan kepada karyawan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar,

bersama tujuan mendapatkan informasi sebagai lebih mendalam terkait materi dan aspek-aspek yang berhubungan dengan penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik khusus sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga darinya dapat ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018:80). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan mencakup semua pegawai Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dengan total 852 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:122), purposive sampling merupakan metode pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, teknik tersebut diterapkan untuk menentukan responden. Kriteria yang digunakan adalah karyawan yang memahami serta berperan dalam pelaksanaan program CSR.

Tabel 3.1 Data Karyawan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar

NO.	DIVISI	JUMLAH KARYAWAN
1.	Subbagian Umum dan Kepegawaian	12
2.	Subbagian Pelayanan Pelanggan	11
3.	Subbagian Perlengkapan	12
4.	Subbagian Anggaran dan Keuangan	9
5.	Subbagian Verifikasi serta Akuntansi	8
6.	Subbagian Perencanaan Teknis	9
7.	Subbagian Produksi dan Instalasi	11
8.	Subbagian Distribusi dan Pengendalian Kehilangan Air	11
9.	Unit Satuan Pengawas Internal	8
TOTAL		91

Sumber : Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar

E. Metode Pengumpulan Data

1. Metode Pengumpulan Data

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilaksanakan secara langsung di lokasi untuk mengumpulkan data yang relevan dengan studi ini.

b. Angket (*Questionnaire*)

Yaitu proses pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan yang telah disusun kepada setiap responden yang terkait dengan dalam penelitian ini, objek yang dikaji adalah Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar

F. Definisi Operasional Variabel

Secara teori, definisi operasional variabel merupakan bagian dari penelitian yang menjelaskan bagaimana setiap variabel dapat diukur dan diamati secara sistematis berfungsi menjelaskan suatu variabel sehingga dapat diidentifikasi dan diukur. Pada penelitian ini, definisi operasional yang disajikan mencakup variabel tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) serta citra perusahaan.

Variabel $X = \textit{corporate social responsibility}$ adalah tanggung jawab perusahaan dalam menunjukkan kepedulian sosial melalui kontribusi langsung kepada masyarakat, yaitu dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitarnya

Variabel $Y = \textit{Citra perusahaan}$ merupakan representasi keseluruhan mengenai suatu perusahaan yang mencakup pemikiran, perasaan, persepsi, dan kepercayaan publik berdasarkan informasi yang mereka ketahui tentang perusahaan tersebut melalui berbagai sumber tahapan-tahapan pencitraan

yang di bangun oleh seseorang berdasarkan realitas yang ada mengenai Perusahaan tersebut.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Uji Instrumen

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	SKALA
<i>Corporate Social Responsibility(x)</i>	<i>Corporate social responsibility</i> merujuk pada pandangan bahwa sebuah bisnis tidak hanya bertanggung jawab pada aspek finansialnya, tetapi juga memiliki kewajiban untuk memperhatikan kepentingan masyarakat secara lebih luas (Sen, 2011).	a. Profit b. People c. Planet	Ordinal
Citra Perusahaan (Y)	Citra perusahaan terbentuk dari hubungan antara perusahaan dengan kumpulan atribut	a. <i>Personality</i> b. <i>Reputation</i> c. <i>Value</i> d. <i>Corporate Identity</i>	Ordinal
	positif maupun negatif (Susanto,2007:38)		

G. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode statistik untuk melakukan estimasi. Salah satu teknik analisis yang sering diterapkan adalah regresi. Secara umum, analisis regresi mempelajari hubungan ketergantungan antara variabel terikat dan variabel bebas yang memengaruhinya. Tujuan utamanya adalah memprediksi atau mengestimasi nilai populasi berdasarkan nilai variabel bebas yang telah diketahui.

Beberapa tahapan dalam analisis regresi linear akan dijelaskan satu per satu pada bagian berikut ini:

1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013:207), statistik deskriptif adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan data sesuai dengan kondisi sebenarnya tanpa dimaksudkan untuk membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Teknik ini mencakup penyajian data dalam bentuk tabel dan bentuk lainnya yang menggambarkan kondisi data secara apa adanya.

2. Instrument

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk memastikan bahwa suatu kuesioner benar-benar mengukur hal yang memang ingin diukur. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap item pertanyaan mampu menggambarkan informasi yang sesuai dengan tujuan pengukurannya. Pengujian validitas dilakukan melalui validitas internal dengan menggunakan teknik analisis butir, yang bertujuan menguji keabsahan setiap butir pertanyaan dengan cara skor-skor yang ada pada butir yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Skor butir (pertanyaan) dipandang sebagai nilai X dan skor total dipandang nilai tersebut dijadikan sebagai nilai Y untuk mendapatkan indeks validitas setiap item. Setelah korelasi dihitung, hasilnya selanjutnya hasilnya dibandingkan dengan tabel r Product Moment pada tingkat signifikansi pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung sama dengan atau lebih besar dari r tabel, maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung sama dengan atau lebih kecil dari r tabel, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Keandalan (Reliabilitas) merupakan tingkat konsistensi dan kestabilan suatu instrumen dalam melakukan pengukuran. Tingkat reliabilitas dinyatakan melalui koefisien reliabilitas. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan Cronbach Alpha, di mana nilai lebih dari 0,60 menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel. Semakin mendekati angka 1, semakin tinggi pula konsistensi internal dari instrumen tersebut.

3. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah prosedur analisis yang dilakukan untuk mengecek apakah suatu model regresi linear dengan metode Ordinary Least Square (OLS) memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan, terbebas dari berbagai pelanggaran terhadap asumsi-asumsi dasarnya.

a) Uji linearitas

Uji linearitas dengan tujuan untuk mengevaluasi adakah hubungan antara dua variabel bersifat linier mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

b) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan prosedur untuk mengevaluasi apakah distribusi data pada suatu variabel atau kelompok data mengikuti pola distribusi normal atau tidak.

c) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah prosedur yang dilakukan untuk memeriksa apakah varians residual pada model regresi linear tetap konstan atau berbeda di antara seluruh pengamatan.

H. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikasi Parameter individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengevaluasi untuk mengetahui seberapa besar setiap variabel bebas secara individual memengaruhi variabel terikat. Pengujian ini juga dapat dilihat melalui nilai *p-value* pada masing-masing variabel, di mana suatu hipotesis dinyatakan signifikan atau diterima apabila *p-value* berada di bawah 5%.

2. Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menilai seberapa besar model yang diterapkan mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Adapun pedoman yang digunakan dalam pengujian determinasi adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai R² mendekati 0, berarti variabel independen tidak memiliki hubungan yang berarti dengan variabel dependen.
- 2) Jika nilai R² mendekati 1, berarti terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen.

I. Alat Analisis

Alat analisis yang di gunakan adalah Regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

- Y = Citra Perusahaan
- X = Corporate Social Responsibility (CSR)
- a = konstanta (nilai Y saat X = 0)
- b = parameter pengaruh CSR (X) terhadap Citra Perusahaan (Y)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan umum daerah air minum kota Makassar dalam keberadaannya melalui tahap perkembangan melalui lintas sejarah yang panjang. Perkembangan Perusahaan umum daerah air minum kota Makassar bergulir melalui lintas tahun-tahun penting yang sangat bersejarah. Tahun 1924, 1975, 1976, 1977, 1985, 1993, dan 1998 merupakan tahun-tahun penting dalam lintas sejarah perkembangan Perusahaan umum daerah air minum kota Makassar.

a. Tahun 1924

Untuk pertama kalinya di Kota Makassar dibangun Instalasi I Ratulangi. Pembangunan instalasi ini pada awalnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan air bersih bagi masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan.

b. Tahun 1975

Selanjutnya, pemerintah membentuk Dinas Air Minum Kota Madya Ujung Pandang.

c. Tahun 1973

Berdasarkan keputusan Wali Kota Madya Ujung Pandang, statusnya kemudian diubah menjadi Perusahaan Daerah Air Minum Kota Madya Ujung Pandang.

d. Tahun 1977

PDAM Kota Madya Ujung Pandang membangun Instalasi II Panaikan dengan kapasitas 500 L/detik termasuk perluasan jaringan.

e. Tahun 1985

Melalui proyek pembangunan Perumnas Antang, dibangun kembali Instalasi baru dengan kapasitas 20 L/detik, yaitu Instalasi III Antang.

f. Tahun 1993

Berkat dukungan Pelaksanaan proyek PSPAB yang berlokasi di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. menambahkan Unit Instalasi Pengolahan Air (IPA) IV Maccini Sombala beroperasi dengan kapasitas 200 L/detik.

g. Tahun 1998

IPA V Somba Opu yang berlokasi di Kabupaten Gowa dibangun dengan kapasitas awal mencapai 1.000 liter per detik, memanfaatkan sumber air dari bendungan, dan mulai beroperasi pada awal 2001.

2. VISI MISI Perusahaan umum daerah air minum kota Makassar

Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar memiliki visi dan misi sebagai berikut.

Visi

Menjadi perusahaan penyedia air minum yang terpercaya, berdaya saing, serta mampu beroperasi dengan efektif dan efisien inovatif, untuk melayani seluruh masyarakat Makassar secara adil dan berkelanjutan.

Misi

1. Memperluas dan meratakan layanan air bersih di semua wilayah Kota Makassar.
2. Menerapkan tata kelola perusahaan yang transparan, akuntabel, dan berorientasi pada hasil.
3. Meningkatkan profesionalisme dan integritas pegawai.

4. Mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya dan teknologi untuk efisiensi operasional.
5. Membangun kepercayaan masyarakat lewat pelayanan yang cepat dan responsif.

3. Job Description

A. Dewan Pengawas

Berikut ini merupakan rangkaian tugas yang diemban oleh Dewan Pengawas:

1. Melakukan fungsi melaksanakan pengawasan, pengontrolan, dan pembinaan atas seluruh proses pengelolaan serta pengelolaan Perumda Air Minum Kota Makassar.
2. Menyampaikan masukan dan pertimbangan ditunjukkan untuk Wali Kota, baik atas permintaan maupun secara inisiatif, terkait upaya perbaikan dan pengembangan Perumda Air Minum. Hal ini meliputi rekomendasi penetapan anggota direksi, evaluasi rancangan kegiatan yang diusulkan oleh direksi serta rencana perubahan kedudukan aset, perencanaan pembiayaan melalui pinjaman atau kerja sama urusan legal dengan pihak lain, sekaligus penerimaan, pemeriksaan, beserta penandatanganan laporan setiap tiga bulan maupun setiap tahun.
3. Meninjau serta memaparkan rencana strategi usaha beserta rancangan program kerja dan anggaran tahunan yang disusun oleh pimpinan perusahaan kepada Wali Kota guna memperoleh persetujuan.
4. Menyusun agenda kerja serta menentukan penugasan kerja bagi setiap pegawai, sesuai pada area tanggung jawabnya masing-

masing, guna

jangka waktu jangka waktu selama satu tahun mengikuti tahun buku perusahaan.

5. Mengadakan rapat koordinasi kerja minimal satu kali setiap enam bulan untuk membahas dan menyelesaikan berbagai permasalahan perusahaan, serta dapat mengadakan rapat sewaktu-waktu apabila diperlukan untuk mengambil keputusan memerlukan perhatian segera.
6. Menyusun kebijakan perusahaan secara terstruktur, mencakup perancangan kebutuhan dan alokasi modal, pemanfaatan anggaran, pengelolaan serta upaya menjaga keamanan sumber pasokan air baku, beserta optimalisasi kapasitas produksi, serta pengembangan dan perbaikan dan pemulihan jaringan distribusi air minum sesuai kebijakan lembaga pemerintahan, baik baik strategi jangka segera maupun jangka berkelanjutan.
7. Melakukan evaluasi terhadap kinerja direksi, menilai capaian kerja, serta mengusulkan pergantian atau pengangkatan kepada jajaran direksi yang baru Wali Kota.
8. Memberikan bimbingan dan arahan kepada direksi sesuai dengan kebijakan garis besar yang sudah ditetapkan melalui putusan yang dihasilkan dalam rapat Dewan Pengawas, terkait penyelenggaraan peraturan yang berlaku.

B. Pemimpin Utama

Pemimpin Utama memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menyusun rencana kegiatan dan anggaran Perumda Air Minum Kota

Makassar sekaligus mengatur, menyelaraskan, dan mengendalikan keseluruhan kegiatan operasional perusahaan.

2. Membina urusan staf dan pegawai, mengelola aset perusahaan, serta menyelenggarakan administrasi umum dan keuangan Perumda Air Minum Kota Makassar.
3. Menyusun rencana strategi bisnis 5 (lima) tahunan (Business plan/Corporate Plan) yang disahkan oleh walikota melalui usul dewan pengawas.
4. Merumuskan rencana operasional serta anggaran tahunan perusahaan sebagai rincian setiap tahun berdasarkan rancangan strategis perencanaan bisnis perusahaan dan menyampaikan dokumen tersebut kepada Wali Kota melalui Dewan Pengawas.
5. Menandatangani dokumen secara bersama antara Direktur Utama beserta Direktur Keuangan dengan tujuan untuk menyetujui pelunasan kewajiban pembayaran maupun biaya operasional perusahaan.
6. Merancang laporan setiap tiga bulan serta laporan setiap tahun Perumda Air Minum Kota Makassar.

C. Direktur Umum

Direktur Umum memiliki tanggung jawab sebagai berikut :

1. Merancang program kerja yang mencakup pengawasan dan pengendalian terhadap administrasi umum serta pengelolaan kepegawaian, serta pengelolaan kelengkapan operasional Perumda Air Minum Kota Makassar.
2. Menyiapkan materi untuk perumusan kebijakan teknis yang berkaitan dengan pengelolaan administrasi umum serta tata laksana rumah

tangga perusahaan.

3. Menyiapkan materi sebagai dasar dalam penyusunan rencana dan program kerja penggunaan karyawan Perumda Air Minum Kota Makassar.
4. Menyiapkan rumusan pelaksanaan kebijakan pada aspek pengelolaan data elektronik serta kegiatan kehumasan, hukum, protokoler dan penyediaan layanan pengaduan pelanggan.
5. Menyusun rumusan kebijakan teknis dalam pengelolaan aset, termasuk pengadaan, pencatatan, inventarisasi, pengawasan, dan pengendalian barang milik Perumda Air Minum Kota Makassar.
6. Melakukan koordinasi bersama direktur lain guna memastikan untuk mendukung tugas dapat terlaksana dengan lancar.
7. Menyusun laporan aktivitas sesuai dengan area tugas tanggung jawabnya.

Dalam melaksanakan tugas, Direktur Umum dibantu oleh :

- **Bagian Umum dan Kepegawaian**

Bagian ini memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Menyusun agenda kerja terkait pembinaan administrasi, pengelolaan data digital, dan pengarsipan, rumah tangga, serta keprotokolan dan pelaksanaan tugas tugas perjalanan kedinasan.
- b. Menyediakan materi untuk merancang perencanaan serta agenda pelaksanaan penetapan, mutasi, pemutusan hubungan kerja, serta pengembangan kualitas pegawai melalui program pelatihan serta pelatihan, mematuhi kaidah dan standar yang berlaku, standar, dan tata cara yang berlaku sesuai ketentuan yang diberlakukan sesuai

ketentuan hukum yang berlaku.

- c. Menerapkan pengembangan aspek Kesehatan jiwa, spiritual, maupun fisik untuk karyawan serta keluarganya.
- d. Menyelenggarakan pengelolaan program kesehatan serta keselamatan kerja (K3).
- e. Menyusun laporan atas hasil pelaksanaan pekerjaan.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bagian Umum dan Kepegawaian memperoleh bantuan dari:

1. Seksi Administrasi dan Pengelolaan Data Digital
2. Seksi Pengembangan dan Pemanfaatan Karyawan
3. Seksi Urusan Rumah Tangga

- **Bagian Hubungan dengan Pelanggan**

Bagian Hubungan dengan Pelanggan bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas sebagai berikut :

- a. Menyusun agenda kerja yang selaras dengan tanggung jawab utama serta peran fungsionalnya.
- b. Menyusun acuan serta panduan teknis untuk kegiatan standarisasi kinerja dan penyusunan rencana layanan hubungan pelanggan, termasuk aspek hukum, hubungan masyarakat, serta pengelolaan dan pembinaan petugas keamanan.
- c. Melaksanakan aktivitas serta menyusun pedoman serta panduan teknis untuk pelaksanaan pembinaan terkait penyusunan ketentuan internal perusahaan, telaahan aspek hukum dan penyediaan layanan bantuan hukum, serta publikasi dan dokumentasi dokumen atau ketentuan hukum Perumda Air Minum Kota Makassar.

- d. Menyusun materi sebagai dasar penyusunan agenda dan kegiatan evaluasi terhadap penerapan peraturan perundangan yang berlaku, serta penyusunan rumusan peraturan perusahaan.
- e. Merumuskan panduan serta panduan bersifat teknis dalam peningkatan kegiatan kehumasan guna memperjelas arah kebijakan perusahaan dan pelaksanaan layanan pengaduan pelanggan.
- f. Menyusun materi untuk perencanaan hubungan upaya meningkatkan hubungan dan perkembangan perusahaan dengan para pelanggan, mencakup mempertegas arah hubungan antara perusahaan dan pelanggan, mencakup berbagai ketentuan serta aturan yang ditetapkan oleh perusahaan.
- g. Menyiapkan materi panduan untuk pengumpulan informasi melalui media cetak maupun media elektronik guna menghasilkan data yang tepat serta mengoordinasikan penyebaran materi publikasi.
- h. Menyusun laporan mengenai hubungan antara perusahaan dan pelanggan, mencakup penerapan berbagai kebijakan perusahaan serta tindak lanjut pelaksanaannya pekerja.

Dalam menjalankan tanggung jawabnya, kepala bagian hubungan langganan mendapatkan dukungan dari :

1. Seksi Legal
2. Seksi Hubungan Masyarakat (Humas)

- **Bagian perlengkapan**

Bagian Perlengkapan bertanggung jawab untuk melaksanakan tugas sebagai berikut :

- a. Menyusun agenda kerja yang diselaraskan dengan tanggung jawab

utama serta peran fungsional.

- b. Menyusun acuan serta panduan teknis untuk program standarisasi dalam perencanaan pengadaan, penyimpanan, distribusi, perawatan, penghapusan, serta pengelolaan barang inventaris, serta pengembangan administrasi dalam pengelolaan aset atau barang, dan pertanggung jawaban atas aset milik Perumda Air Minum Kota Makassar.
- c. Mengelola dokumen serta melakukan koordinasi dalam perumusan rencana pelaksanaan pengadaan barang dan jasa, baik melalui proses perumusan rencana untuk pelaksanaan pengadaan barang dan jasa, baik melalui metode langsung maupun menggunakan sistem hubungan antara perusahaan dan para pelanggan, mencakup.
- d. Menyusun materi serta merancang rencana dan program pengelolaan aset atau barang milik Perusahaan umum daerah air minum kota Makassar serta pelaksanaan pensertifikatan tanah milik Perusahaan umum daerah air minum kota Makassar.
- e. Pelaksanaan pengelolaan Gudang
- f. Menyusun laporan mengenai hasil pelaksanaan wewenang dan tanggung jawab.

Dalam menjalankan tanggung jawabnya, Dalam menjalankan fungsinya, Kepala Bagian Hubungan Langgan bertanggung jawab untuk didukung oleh :

1. Seksi Analisa Kebutuhan dan Pengadaan
2. Seksi Inventarisasi Asset dan Pergudangan.

D. Direktur Keuangan

Adapun tugas yang menjadi tanggung jawab Direktur Bidang Keuangan

adalah:

1. Mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh aktivitas yang terkait dengan bidang keuangan.
2. Merencanakan dan mengawasi sumber pemasukan serta pengelolaan pemanfaatan aset perusahaan.
3. Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP), menentukan jumlah modal kerja perusahaan, serta merancang kebijakan mengenai pemanfaat.
4. Menandatangani dokumen pembayaran bersama Direktur Utama untuk menyetujui tagihan atau pengelolaan pengeluaran perusahaan.
5. Menyelenggarakan pencatatan transaksi keuangan serta penyusunan laporan keuangan.
6. Mengevaluasi usulan pengadaan barang atau jasa berdasarkan kebutuhan, perkembangan, dan kapasitas perusahaan.
7. Menyusun rencana pembiayaan untuk investasi dan modal perusahaan.
8. Menyediakan data serta materi untuk penetapan atau penyesuaian tarif rekening air Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
9. Melakukan koordinasi bersama direktur lain guna memastikan keberlangsungan pelaksanaan tugas.
10. Menyusun terlaksananya tugas dengan baik tanggung jawab.

Untuk menjalankan tugasnya, Direktur Keuangan mendapat dukungan dari:

- 1) Bagian Anggaran dan Perbendaharaan

2) Bagian Verifikasi dan Akuntansi

- **Divisi Anggaran dan Perbendaharaan**

Divisi ini memiliki tugas sebagai berikut :

1. Menyusun agenda kerja yang selaras dengan tanggung jawab utama dan peran fungsionalnya.
2. Menyiapkan dokumen rencana strategis bisnis lima tahunan (*Business Plan/Corporate Plan*).
3. Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP) sebagai rincian tahunan dari rencana strategis bisnis.
4. Menyusun program RKAP serta melakukan perubahan RKAP jika diperlukan.
5. Mempersiapkan dokumen permintaan dana dalam bentuk surat perintah pembayaran yang harus disepakati bersama oleh Direktur Keuangan dan Direktur Umum.
6. Mempersiapkan materi panduan serta pengawasan, menguji keakuratan penagihan serta penerbitan dokumen permintaan dana, serta mengelola dan membina perbendaharaan.
7. Menyusun laporan mengenai pelaksanaan tugas.

Dalam menjalankan tanggung jawabnya, Pimpinan bagian anggaran serta Perbendaharaan didampingi oleh:

1. Seksi Perencanaan Anggaran
2. Seksi Pengelolaan Perbendaharaan

- **Bagian Verifikasi dan Akuntansi**

Bagian ini memiliki tugas sebagai berikut :

1. Menyusun agenda kerja sesuai dengan tanggung jawab utama dan peran

fungsionalnya.

2. Melakukan verifikasi terhadap seluruh berkas keuangan.
3. Menyusun pencatatan keuangan yang sistematis serta berurutan, dan menyiapkan laporan tahunan atas pelaksanaan RKAP dan memeriksa realisasi pendapatan, belanja, dan pembiayaan Perumda Air Minum Kota Makassar.
4. Melayani aktivitas pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor internal maupun eksternal.
5. Menyusun dokumen laporan keuangan Perumda Air Minum Kota Makassar.
6. Mengkoordinasikan pembuatan laporan keuangan secara rutin berdasarkan pencapaian anggaran tiap unit atau unit kerja.
7. Menyusun materi untuk rekonsiliasi pinjaman secara rutin.
8. Mengawasi, mencatat, dan menganalisis seluruh aktivitas dan pengeluaran.
9. Melakukan pencatatan, pergerakan serta realisasi anggaran sesuai ketentuan RKAP.
10. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tanggung jawab.

Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Kepala Bagian Verifikasi dan Akuntansi didukung oleh :

1. Seksi Pemeriksaan/Verifikasi
2. Seksi yang menangani Akuntansi dan Penyusunan Laporan

E. Direktur Teknik

Direktur yang membidangi urusan teknik memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menyusun rencana kegiatan untuk pengendalian dan pengawasan administrasi di bidang perencanaan teknik, produksi dan instalasi,

pemeliharaan, serta pengelolaan kehilangan air.

2. Meninjau secara berkala Rencana Bisnis (*Business Plan*) dan Rencana Korporat (*Corporate Plan*) perusahaan serta merumuskan strategi perusahaan, termasuk kegiatan penelitian dan pengembangan.
3. Menyiapkan rencana pendidikan dan pembinaan/pelatihan untuk staf aspek teknis.
4. Melakukan koordinasi dan pengendalian atas sumber air baku, instalasi atau meter produksi, serta jaringan distribusi
5. Mengatur dan mengawasi kegiatan pengujian peralatan teknik serta bahan kimia.
6. Menyusun serta menetapkan keputusan kebijakan untuk meningkatkan output pengolahan dan penyaluran, serta kegiatan kegiatan teknis lainnya.
7. Memastikan jumlah, mutu, dan kontinuitas (3K) penyediaan layanan air bagi konsumen.
8. Menyusun perencanaan dan menghimpun data mengenai tingkat kehilangan air pada jaringan distribusi.
9. Mengendalikan dan mengawasi kerugian air pada jaringan distribusi.
10. Mengkoordinasikan rencana kerja bersama direktur lain guna memastikan kelancaran pelaksanaan tugas dan kegiatan perusahaan pelaksanaan tanggung jawab.
11. Menyusun laporan kegiatan sesuai ruang lingkup tanggung jawab.

Untuk melaksanakan tugasnya, Direktur Teknik memperoleh bantuan dari:

1. Unit Perencanaan Teknis
2. Unit Produksi dan Instalasi
3. Unit Distribusi serta Pengendalian Penyaluran

- **Bagian Perencanaan Teknik**

Divisi Rencana Teknik memiliki tanggung jawab sebagai berikut :

1. Menyusun agenda kerja yang sejalan dengan dengan tanggung jawab utama dan peran fungsionalnya.
2. Menyusun rencana atau desain jaringan pipa, pekerjaan konstruksi sipil, instalasi mekanikal dan elektrikal, pengembangan sumber air baku, serta perencanaan lain yang diperlukan.
3. Mengatur koordinasi serta perencanaan dalam rangka pengembangan layanan bagi pelanggan, termasuk survei, penilaian, dan penyusunan rencana perkiraan biaya.
4. Melaksanakan aktivitas kegiatan penelitian serta pengembangan di lingkungan perusahaan.
5. Menyusun serta mengadministrasikan data teknis terkait sistem perpipaan, konstruksi bangunan sipil, mekanikal, dan elektrikal.

Dalam melaksanakan tugasnya, Bagian Perencanaan Teknik didukung oleh:

1. Seksi Perencanaan dan Pemetaan
2. Seksi Tenaga Teknik

- **Divisi Produksi dan Instalasi**

Divisi Produksi dan Instalasi memiliki tugas sebagai berikut :

1. Menyusun agenda kerja yang sejalan dengan dengan tanggung jawab utama dan fungsinya.
2. Menyusun agenda kegiatan serta mengawasi pelaksanaan tanggung jawab Seksi Instalasi Pengolahan Air Instalasi Pengolahan Air (IPA) I–V dan Seksi Laboratorium.

3. Mengendalikan serta mengendalikan secara berkala aspek volume dan kualitas, serta memastikan kelancaran produksi air bersih, dan menyusun laporan hasil produksi secara rutin.
4. Melaksanakan pemeliharaan, perawatan, serta perbaikan peralatan, termasuk sumber air unit intake dan Instalasi Pengolahan Air, serta melakukan uji coba fasilitas produksi.
5. Menyusun program kebutuhan material produksi, mengadakan bahan kimia, dan mengontrol kualitas air.
6. Melaksanakan kegiatan produksi air minum, meliputi penyiapan air baku, pengelolaan intake, kinerja Instalasi Pengolahan Air (IPA), serta pengujian laboratorium.
7. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas.
Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bagian Produksi dan Instalasi dibantu oleh:
 1. Seksi IPA I dan IPA II
 2. Seksi IPA III
 3. Seksi IPA IV
 4. Seksi IPA V
 5. Seksi laboratorium

- **Bagian Distribusi dan Kehilangan Air**

Bagian ini memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menyusun agenda aktivitas kerja sesuai dengan tugas utama serta tanggung jawabnya.
2. Mengkoordinasikan pemakaian dan pendayagunaan air pada jaringan distribusi (primer maupun sekunder) serta pelaksanaan pemasangan

sambungan baru.

3. Menyusun rencana pemeliharaan jaringan transmisi dan distribusi, serta melakukan pemeriksaan serta melakukan pemeliharaan dan penggantian meter air induk, meter air, maupun booster secara periodik.
4. Menyiapkan materi serta menyiapkan rencana pemenuhan persediaan meter air.
5. Menyelenggarakan pengelolaan pengelolaan data meter air beserta pencatatan volume air yang hilang.
6. Melaksanakan pengadministrasian suplai air bersih untuk program sosial dan pelaksanaan CSR.
7. Mengkoordinasikan analisis performa perangkat meter air beserta pompa pendorong (booster).
8. Merencanakan, melakukan serta mengawasi pemanfaatan meter dan distribusi air.
9. Melakukan koordinasi pengawasan dan penanganan pemakaian air ilegal (sambungan tidak sah).
10. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas.

Dalam melaksanakan tugasnya, Kepala Bagian Distribusi dan Pengendalian Kehilangan Air dibantu oleh:

1. Seksi Kebocoran Air dan Pelayanan Sosial
2. Seksi Pemeliharaan

- **Bagian satuan pengawas internal**

Bagian ini memiliki tugas sebagai berikut:

1. Menyusun rencana kerja yang sejalan dengan tugas pokok dan tanggung jawab unit dengan sesuai dengan mandat dan fungsi yang telah ditetapkan.

2. Menyusun kebijakan utama terkait pengawasan penyelenggaraan Perumda Air Minum Kota Makassar.
3. Mengkoordinasikan perencanaan, pelaksanaan, serta penyusunan laporan kegiatan pengawasan.
4. Merencanakan dan menyusun Standar Pengendalian Internal (SPI) untuk Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
5. Melaksanakan pengawasan terhadap administrasi keuangan, aset, kepegawaian, serta operasi teknik.
6. Mengawasi pelaksanaan perjanjian kerja sama Perumda Air Minum Kota Makassar bersama mitra eksternal.
7. Mengoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut atas temuan yang diperoleh dari kegiatan pemantauan.
8. Melakukan penilaian terhadap Rencana Bisnis (*Business Plan*) dan dokumen Rencana Korporasi (*Corporate Plan*) perusahaan.
9. Melakukan peninjauan terhadap laporan keuangan serta capaian kinerja perusahaan.
10. Menyusun laporan hasil pemeriksaan internal yang digunakan sebagai dasar evaluasi pengawasan untuk Direktur Utama.
11. Menjalankan berbagai tugas tambahan yang ditugaskan oleh direksi.

Dalam melaksanakan fungsinya, Satuan Pengawas Internal mendapat dukungan dari:

1. Seksi Pengawasan Keuangan dan Aset
2. Seksi Pengawasan Teknik dan Operasional

F. Wilayah Pelayanan

Peran utama dan uraian fungsional:

1. Area Layanan Perumda Air Minum Kota Makassar bertugas menjalankan serta mengawasi kegiatan dalam urusan kesekretariatan serta layanan maupun penanganan pengaduan pelanggan, penyaluran, serta bidang terkait susutnya pengelolaan air beserta pembacaan meter dan penagihan.
2. Wilayah pelayanan menjalankan fungsi
 - a. Perencanaan kerja sesuai dengan tanggung jawab pokok dan fungsinya
 - b. Mengkoordinasikan serta mengawasi pelaksanaan tugas-tugas kesekretariatan dan pelayanan pelanggan.
 - c. Menyusun rencana kerja serta mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan sekretariat, pelayanan pelanggan, distribusi, pengendalian kehilangan air, pembacaan meter, dan penagihan.
 - d. Menyiapkan rencana pembagian tugas secara individu maupun kelompok guna melaksanakan layanan teknis sesuai area tanggung jawabnya.
 - e. Menyiapkan dasar perumusan kebijakan aspek teknis penyediaan infrastruktur air bersih untuk perumahan
 - f. Menyiapkan materi pembinaan dan pengawasan teknis guna meningkatkan mutu layanan air bersih melalui kegiatan pelatihan teknis.
 - g. Melakukan pemasangan sambungan baru, perbaikan jaringan pipa, serta membuka dan menutup arus pelanggan dalam area tanggung jawabnya.
 - h. Melakukan pengawasan, pengendalian, serta monitoring jalur distribusi penyediaan air bersih untuk area perumahan dan pemukiman.
 - i. Mengendalikan proses penyetoran pendapatan baik dari sektor air maupun non-air, serta memastikan pengelolaannya sebagai arsip terdokumentasi dengan baik.
 - j. Mengawasi kegiatan pencatatan penggunaan meter dan proses penagihan.

k. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas yang telah dilakukan.

Untuk melaksanakan tugasnya, Wilayah Pelayanan bekerja dengan dukungan dari :

- a. Unit Sekretariat Urusan Pelayanan Langganan
- b. Unit Distribusi dan Pengelolaan Kehilangan Air
- c. Unit Pembacaan Meter dan Proses Penagihan
- d. unit pembacaan meter dan pengelolaan penagihan

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Identitas Responden

Responden (sampel) pada studi ini terdiri dari 91 karyawan yang bekerja di kantor. Sampel dipilih dari karyawan yang memiliki pengetahuan serta terlibat langsung dalam pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan, sehingga mampu menilai pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh Perumda Air Minum Kota Makassar. Penelitian ini memasukkan tiga karakteristik para responden, meliputi jenis kelamin, usia, serta tingkat pendidikan. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai karakteristik responden, ditampilkan tabel yang memuat data responden sebagaimana diuraikan berikut ini:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	61	67,0
Perempuan	30	33,0
Jumlah	91	100

Sumber : data diolah, 2025

Tabel 4.1 menunjukkan menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden dengan total sebanyak 91 individu tersebut, mayoritas merupakan responden berjenis kelamin laki-laki dengan frekuensi 62 (67,0%) responden sedangkan perempuan sebanyak 30 (33,0%) responden.

b. Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (orang)	Presentase
20-29 tahun	31	34,0
30-39 tahun	38	41,8
40-49 tahun	18	19,8
>49 tahun	4	4,4
Jumlah	91	100

Sumber : data diolah, 2025

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 91 responden, kelompok berada pada rentang usia 20–29 tahun berjumlah 31 orang (34,0%) responden, kelompok usia 30–39 tahun tercatat sebanyak 38 orang (41,8%) responden, usia 40-49 tahun berjumlah 18 orang (19,8%) responden, dan usia >49 tahun berjumlah 4 orang (4,4%) responden.

c. Jejang Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Sarjana	49	53,8
Diploma	24	26,4
SMA	18	19,8
Jumlah	91	100

Sumber : data diolah 2025

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh responden yang berjumlah sebanyak 91 responden, pendidikan sarjana berjumlah 49 (53,8%) responden, pendidikan diploma berjumlah 24 (26,4%) responden dan pendidikan SMA berjumlah 18 (19,8%) responden.

2. Deskripsi Data Atas Variabel Penelitian

a. Analisis deskriptif frekuensi *Corporate Social Responsibility* dan perhitungan skor

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator serta perhitungan skor variabel *Corporate Social Responsibility*, terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Pendapat responden tentang *Corporate Social Responsibility*

ITEM		STS	TS	N	S	SS	N	TOTAL SKOR	MEAN
1	F	0	1	7	41	42	91	397	4.36
	%	0.0	1.1	7.7	45.1	46.2			
2	F	0	0	10	46	35	91	389	4.27
	%	0.0	0.0	11.0	50.5	38.5			
3	F	0	1	13	51	26	91	375	4.12
	%	0.0	1.1	14.3	56.0	28.6			
4	F	0	0	13	41	37	91	388	4.26
	%	0.0	0.0	14.3	45.0	40.7			
5	F	0	1	22	29	39	91	379	4.16
	%	0.0	1.1	24.2	31.9	42.9			
6	F	0	1	10	29	51	91	403	4.43
	%	0.0	1.1	11.0	31.9	56.0			
7	F	0	0	9	35	47	91	402	4.42
	%	0.0	0.0	9.9	38.5	51.6			
8	F	0	0	15	33	43	91	392	4.31
	%	0.0	0.0	16.5	36.3	47.3			
9	F	0	0	11	31	49	91	402	4.42
	%	0.0	0.0	12.1	34.1	53.8			
10	F	0	0	8	30	53	91	408	4.48
	%	0.0	0.0	8.8	33.0	58.2			
Total Mean									4.32

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan table 4.4 dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variable *Corporate Social Responsibility* mayoritas menyatakan setuju dengan rata-rata total 4,32. Berdasarkan tanggapan responden mengenai *Corporate Social Responsibility* mayoritas setuju pada pernyataan ke sepuluh yang membahas tentang kegiatan pelestarian alam oleh Perumda Air Minum Kota Makassar berupa penanaman pohon dapat dinilai telah memadai sebagai representasi dari bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan.

b. Analisis deskriptif frekuensi Citra Perusahaan dan perhitungan skor

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator serta perhitungan skor variabel Citra Perusahaan, terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Pendapat responden tentang Citra Perusahaan

ITEM	STS	TS	N	S	SS	N	TOTAL SKOR	MEAN
1	F	0	6	44	43	91	401	4.41
	%	0.0	6.6	46.2	47.3			
2	F	0	7	36	48	91	405	4.45
	%	0.0	7.7	39.6	52.7			
3	F	0	6	39	45	91	401	4.41
	%	0.0	1.1	6.6	42.9			
4	F	0	5	32	54	91	413	4.54
	%	0.0	0.0	5.5	35.2			
5	F	0	5	35	51	91	410	4.51
	%	0.0	0.0	5.5	38.5			
6	F	0	25	38	26	91	361	3.97
	%	0.0	2.2	27.5	41.8			
Total Mean								4.38

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan table 4.5 dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variable Citra Perusahaan mayoritas responden menjawab setuju dengan total mean 4.38. Dari tanggapan tentang Citra perusahaan kebanyakan menanggapi setuju pada pernyataan ke empat yang membahas

tentang nama perusahaan umum daerah air minum kota Makassar semakin baik dikalangan masyarakat berkat adanya kegiatan CSR atau tanggung jawab social perusahaan.

3. Hasil Uji Validasi dan Reliabilitas Data

a. Hasil Uji Validasi

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan korelasi antara setiap butir pernyataan dengan skor total melalui tingkat signifikansi 5% dan pengujian satu arah. *Degree of Freedom* (df) dihitung dengan rumus $df = n - k$. Dengan jumlah responden sebanyak 91 orang, maka $df = 91 - 2 = 89$, sehingga nilai r tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,1735. Jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka butir pernyataan tersebut dianggap valid; sebaliknya, apabila r hitung lebih kecil daripada r tabel, maka butir pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dianggap belum memenuhi kriteria kevalidan.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Pernyataan/pertanyaan	Rhitung	Rtabel	keterangan
X1	0.698	0.1735	Valid
X2	0.664	0.1735	Valid
X3	0.612	0.1735	Valid
X4	0.656	0.1735	Valid
X5	0.693	0.1735	Valid
X6	0.645	0.1735	Valid
X7	0.690	0.1735	Valid
X8	0.581	0.1735	Valid
X9	0.598	0.1735	Valid
X10	0.625	0.1735	Valid
Y1	0.674	0.1735	Valid
Y2	0.703	0.1735	Valid
Y3	0.628	0.1735	Valid
Y4	0.700	0.1735	Valid
Y5	0.761	0.1735	Valid
Y6	0.543	0.1735	Valid

Sumber data diolah 2025

b. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu instrument dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien kehandalan (Alpha Cronbach) sebesar 0,6 atau lebih. Jadi jika nilai reliabilitas > nilai Alpha Cronbach (0,6), maka butir kuisisioner dikatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas dari data yang peneliti gunakan sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.844	Reliabel
Citra Perusahaan	0.737	Reliabel

Sumber : data primer diolah (2025)

Dari tabel di atas diketahui bahwa semua butir instrument variabel bebas (*Corporate Social Responsibility*) dan variabel terikat (Citra Perusahaan) dinyatakan reliabel karena nilai Koefisien Alpha > 0,60. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi standar keandalan. Dengan demikian, instrumen tersebut mampu menggambarkan data dan variabel penelitian secara akurat.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 4.8 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Citra Perusahaan * CSR	Between Groups	(Combined)	368,700	17	21,688	6,612	0,000
		Linearity	303,910	1	303,910	92,658	0,000
		Deviation from Linearity	64,790	16	4,049	1,235	0,264
	Within Groups		239,432	73	3,280		
Total		608,132	90				

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 5.8 di atas, nilai signifikansi untuk Linearitas sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwasanya terdapat hubungan linier di antara kedua variabel tersebut *Corporate Social Responsibility* dan Citra Perusahaan.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Berdasarkan pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan metode melalui uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh hasil bahwa data yang dianalisis memiliki distribusi normal. Rincian hasil uji normalitas ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Standardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,83854478
Most Extreme Differences	Absolute	0,065
	Positive	0,061
	Negative	-0,065
Test Statistic		0,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

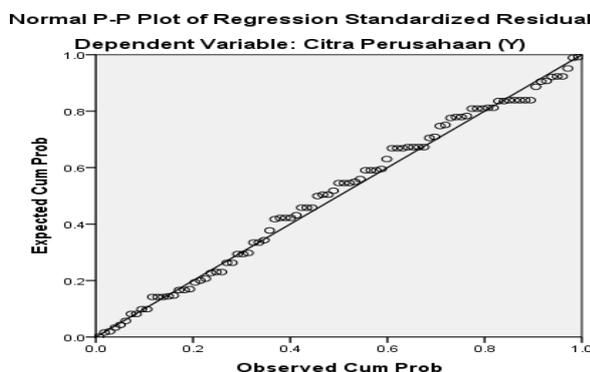
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan output SPSS, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200, yang berarti angka tersebut lebih tinggi dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang diuji memiliki distribusi normal. Pada pengujian normalitas, pola atau grafik distribusi juga dapat diamati melalui Normal P-P Plot, yang ditunjukkan sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normal P-P Plot

Sumber : data primer diolah (2025)

Dari hasil pengujian Normal P-P Plot tersebut, dapat dikatakan data yang diteliti berdistribusi normal dikarenakan pola pada pengujian telah mengikuti garis.

c. Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedastitas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Akibat dari adanya heteroskedastitas pada hasil regresi, adalah varian tidak lagi minimum, pengujian dari koefisien regresi menjadi kurang kuat, koefisien penaksir menjadi bias dan kesimpulan yang diambil menjadi salah. Hasil Uji Heteroskedastitas dapat di lihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastitas (Uji Glesjer)

Coefficients ^a		
Model		Sig.
1	(Constant)	0,008
	CSR (X)	0,170

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel CSR adalah $0.170 > 0.05$ artinya variabel CSR tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi.

C. Analisis Deskriptif dan Interpretasi (Pembahasan)

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif menyajikan gambaran menyeluruh tentang objek penelitian yang menjadi sampel. Analisis data dengan menggunakan statistik deskriptif diharapkan dapat memberikan pemahaman awal mengenai permasalahan yang diteliti. Fokus utama statistik deskriptif mencakup nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi.

Tabel 4.11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (X)	91	2,10	2,90	5,00	4,3253	0,45451
Citra_Perusahaan (Y)	91	2,00	3,00	5,00	4,3796	0,43331
Valid N (listwise)	91					

Sumber : data primer diolah (2025)

Dari hasil tersebut, dapat dijelaskan dari variabel CSR dan Citra Perusahaan dalam Statistik Deskriptif sebagai berikut :

1. CSR, berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai skor maksimum CSR sebesar nilai skor maksimum adalah 5.00 dan skor minimum 2.90. Rata-rata (mean) diperoleh sebesar 4.32 dengan standar deviasi 0.45. Berdasarkan hasil tersebut, karena nilai mean lebih besar dibandingkan standar deviasi, maka data dapat dikatakan memiliki sebaran yang baik.
2. Citra Perusahaan, Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa di atas, Memperoleh nilai sebesar 0,43, dan karena nilai mean lebih tinggi dibandingkan standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data memiliki tingkat variasi yang rendah sehingga hubungan antar data dapat dikatakan

baik skor maksimum Citra Perusahaan sebesar 5.00 dan nilai skor minimum sebesar 3.00. Nilai rata-rata /mean sebesar 4.38 dengan standar deviasi Memperoleh nilai sebesar 0,43, dan karena nilai mean lebih tinggi dibandingkan standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data memiliki tingkat variasi yang rendah sehingga hubungan antar data dapat dikatakan baik.

2. Analisis inferensial

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh atau hubungan linier antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen bebas dan antara satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat terikat. Analisis ini membantu peneliti memperkirakan besarnya perubahan pada variabel terikat yang disebabkan oleh perubahan pada variabel bebas. Hasil analisis regresi linier sederhana disajikan pada tabel berikut, mencakup koefisien regresi, konstanta, nilai t, dan tingkat signifikansi, yang dapat digunakan untuk menilai arah serta kekuatan hubungan antarvariabel:

Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	8,787	1,865		4,712	0,000
CSR (X)	0,404	0,043	0,707	9,429	0,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan (Y)

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.12 hasil tersenut apanila ditulis dalam bentuk unstandardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut

$$Y = 8,787 + 0,404 X$$

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

1. Konstanta 8,787 berarti bahwa Citra Perusahaan akan tetap konstan sebesar 8,787 jika tidak ada pengaruh dari variabel *Corporate Social Responsibility* (x).
2. Nilai koefisien regresi X adalah 0,404 mengindikasikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (x) memberikan pengaruh positif pada Citra Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya *Corporate Social Responsibility*, maka terjadi peningkatan pada Citra Perusahaan sebesar 40,4%.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji t atau parsial pada dasarnya digunakan untuk menunjukan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan sig 0,05 dan $dk = (n-1)$ = Dengan jumlah sampel 90, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,987.

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,712	0,000
CSR (X)	9,429	0,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan (Y)

Sumber : data primer diolah (2025)

Dari tabel 4.13 diatas menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 9,429 yang menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,429 > 1,987$) pada tingkat signifikansi $0,000 <$ dari $0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan pada perusahaan umum daerah air minum Makassar, dengan demikian hipotesis terbukti.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (*Corporate Social Responsibility*) terhadap variabel dependen (Citra Perusahaan).

Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	0,500	0,494	1,849
a. Predictors: (Constant), CSR (X)				

Sumber : data primer diolah (2025)

Berdasarkan data pada Tabel 4.13 di atas, terlihat bahwa variabel independen mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 50,0%, sementara 50,0% sisanya terpengaruh oleh variabel lain yang bukan dibahas dalam studi ini. Perihal ini menunjukkan bahwa masih ada variabel bebas lainnya yang turut memengaruhi Citra Perusahaan.

2. Interpretasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,404 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

Corporate Social Responsibility memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Citra Perusahaan. Artinya, setiap peningkatan pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan berdampak langsung pada peningkatan persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan. Selain itu, variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai R^2 sebesar 0,500 atau 50,0%, yang berarti bahwa kontribusi variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan mencapai 50,0%. Sementara 50,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini. Dengan demikian, hasil ini menjelaskan bahwa meskipun *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan, masih terdapat variabel independen lain yang juga dapat memengaruhi citra Perusahaan

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Citra Perusahaan tergolong kuat dan signifikan, ditunjukkan oleh nilai korelasi R sebesar 0,707. Hal ini menunjukkan bahwa setiap upaya peningkatan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* akan berimplikasi langsung pada peningkatan Citra Perusahaan, sehingga memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan.

Corporate Social Responsibility pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan.

Selain itu menurut Kotler dan Lee (2015:15) bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki kemampuan untuk meningkatkan citra perusahaan karena jika perusahaan menjalankan bisnisnya dengan baik dan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah maka

pemerintah dan masyarakat akan memberikan keleluasaan bagi perusahaan tersebut untuk beroperasi diwilayah mereka. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh suatu perusahaan dapat berpengaruh terhadap citra suatu perusahaan itu sendiri. Perusahaan tidak hanya memperhatikan kelangsungan kesejahteraan shareholders saja melainkan juga harus memperhatikan kelangsungan kesejahteraan para stakeholders perusahaan seperti masyarakat. Dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang baik diharapkan memberikan manfaat kepada masyarakat atau masyarakat mengetahui perusahaan pemberi *Corporate Social Responsibility* tersebut. Dengan begitu, perusahaan akan mendapatkan umpan balik salah satunya yaitu meningkatkan citra positif perusahaan dikalangan masyarakat.

Temuan dari penelitian ini juga sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Hardiani (2016) yang juga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memberikan dampak positif yang signifikan pada Citra Perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa program Corporate Social Responsibility (CSR) yang diimplementasikan dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar berdampak positif serta signifikan terhadap pembentukan citra perusahaan. Temuan ini mengonfirmasi bahwa aktivitas CSR memang memegang peran krusial dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan. Tidak hanya berhasil memperkuat citra perusahaan melalui pelaksanaan CSR yang tepat, PDAM Makassar juga dinilai berhasil merealisasikan komitmennya dalam upaya pelestarian lingkungan. Lebih dari itu, melalui program-program CSR yang dijalankan secara berkelanjutan, perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memberdayakan mereka secara terencana dan konsisten, sehingga manfaat yang dihasilkan tidak hanya berdampak pada citra perusahaan tetapi juga pada pembangunan sosial dan lingkungan yang berkelanjutan.

B. Saran

Bertolak dari hasil kesimpulan yang sudah diuraikan, studi yang sedang dibahas ini merekomendasikan beberapa saran sebagai bentuk penyempurnaan :

1. Untuk studi selanjutnya, dianjurkan meneliti dengan menggunakan variabel- variabel lain di luar variabel yang telah diteliti pada penelitian ini, agar dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi dan dapat memberikan pengaruh terhadap Citra Perusahaan.

2. Kendati program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan PDAM Kota Makassar telah menunjukkan keberhasilan, tuntutan dari seluruh pemangku kepentingan akan terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, inovasi dan penyempurnaan di segala aspek merupakan sebuah keharusan yang tidak dapat dihindari.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, H. (2017). *Strategi diferensiasi berbasis CSR dalam meningkatkan loyalitas*. *Jurnal Manajemen Strategik*, 8(1), 45–56.
- Ardiansyah, D. (2018). *Citra perusahaan dan loyalitas pelanggan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 110–123.
- Astiti, P. D., & Saitri, P. A. (2017). Pengaruh corporate social responsibility terhadap citra perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 45–53.
- Brammer, S., & Millington, A. (2005). Corporate reputation and philanthropy: An empirical analysis. *Journal of Business Ethics*, 61(1), 29–44. <https://doi.org/10.1007/s10551-005-7443-4>
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Dewi, A., & Amin, M. (2021). Peran CSR dalam meningkatkan kepuasan masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(3), 56–65.
- Fadillah, L., & Andriani, R. (2019). Pemberdayaan masyarakat dalam CSR perusahaan daerah. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 4(1), 33–45.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika (Edisi 5)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. United Kingdom: Cengage Learning.
- Harahap, M. I. (2019). *Citra perusahaan dan persepsi masyarakat*. Graha Ilmu.
- Hasanah, R. (2021). Pengaruh CSR terhadap citra dan loyalitas perusahaan. *Jurnal Ekonomi Sosial*, 6(2), 77–85.
- Heryanto, B. (2015). *Membangun identitas perusahaan di era digital*. Bumi Aksara.

- Ismail, A. (2017). CSR: Konsep dan implementasi pada perusahaan daerah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 12–20.
- ISO. (2018). *ISO 26000:2018 Guidance on Social Responsibility*. International Organization for Standardization. Retrieved from <https://www.iso.org>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis* (Edisi 4). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan (Studi pada Perusahaan BUMN di Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 12(1), 55–66. <https://doi.org/10.31289/jmbi.v12i1.9876>
- Kurniawan, B. (2021). CSR dan keberlanjutan layanan publik: Studi pada perusahaan daerah. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(2), 112–121.
- Kusuma, I. W., & Pramudana, K. (2020). CSR sebagai strategi bisnis. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 8(3), 33–44.
- Lestari, N. (2016). Pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada PDAM Surakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 89–97.
- Mallarangeng, A., Yusuf, M., & Kadir, A. (2022). Dimensi CSR dalam perusahaan publik. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 14(1), 56–67.
- Maulana, R., & Azizah, F. (2019). CSR sebagai kompensasi citra dalam krisis layanan publik. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 9(2), 21–34.
- Maulani, A., & Hasanah, T. (2021). CSR dan pembentukan citra perusahaan daerah. *Jurnal Bisnis dan Etika*, 7(1), 77–85.
- Miftah, R. (2021). Strategi Meningkatkan Citra Perusahaan melalui Program CSR: Studi Empiris pada Perusahaan Daerah. *Jurnal Komunikasi Korporat*, 9(2), 112–124.

- Mulyadi, M. S., & Anwar, Y. (2015). Pengaruh corporate social responsibility terhadap citra perusahaan dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(1), 1–16.
- Mulyana, E. (2018). *Manajemen reputasi dan citra perusahaan*. Alfabeta.
- Nugraheni, A., Santosa, A., & Mulyono, D. (2024). CSR dan kualitas layanan dalam meningkatkan citra perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(1), 11–22.
- Nugroho, A. (2015). Tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia. *Jurnal CSR dan Lingkungan*, 4(1), 50–62.
- Nugroho, A., & Lestari, D. (2017). CSR dan reputasi perusahaan: Sebuah tinjauan. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 5(2), 61–74.
- Nuraini, N., & Yusuf, M. (2022). Peran citra perusahaan daerah dalam peningkatan layanan publik. *Jurnal Manajemen Publik*, 4(3), 123–135.
- Parawangsa, P., & Lestari, D. (2020). Efektivitas program CSR dalam pemberdayaan masyarakat Sulawesi Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, 6(1), 88–97.
- Pitaloka, D., & Budiwitjaksono, S. (2022). Corporate social responsibility dan citra perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 21–30.
- Pratiwi, R. (2020). Efektivitas strategi CSR dalam meningkatkan reputasi perusahaan. *Jurnal Strategi Bisnis*, 5(2), 34–47.
- Rahayu, A. (2020). Peran stakeholder dalam pengelolaan program CSR. *Jurnal Akuntabilitas Sosial*, 8(2), 55–67.
- Rahmawati, F., & Jufri, H. (2023). CSR sebagai strategi pencitraan perusahaan daerah. *Jurnal Ekonomi Publik*, 3(1), 77–90.
- Ramadhani, R., & Fadilah, S. (2022). Praktik CSR di perusahaan air minum daerah. *Jurnal Ilmu Sosial Terapan*, 10(2), 100–109.
- Santoso, B. (2020). *Tanggung jawab sosial dalam perspektif hukum Indonesia*. Universitas Airlangga Press.
- Saputra, D. (2018). Hubungan CSR dan citra perusahaan pada layanan publik. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 9(1), 90–101.

- Sari, N., & Nurul, A. (2021). CSR sebagai strategi komunikasi perusahaan. *Jurnal Komunikasi Korporat*, 7(2), 98–110.
- Sari, R. D., & Kusuma, A. (2018). Komponen citra perusahaan dan dampaknya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Komunikasi*, 5(3), 34–43.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A., & Meiryani. (2019). CSR dan pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan (studi empiris pada perusahaan publik di Indonesia). *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3), 435–447. <https://doi.org/10.18202/jamal.2019.12.1003>
- Susanto, H., & Prasetyo, E. (2020). CSR dan kepercayaan publik. *Jurnal Ekonomi Sosial dan Politik*, 5(1), 67–79.
- Umar, H. (2020). **Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis** (edisi revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Virana, Y. (2019). Peran CSR dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 6(2), 101–112.
- Wahyuni, S. (2012). *Strategi CSR untuk membangun citra dan loyalitas konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahyuni, T. (2022). Strategi CSR dalam perusahaan milik daerah. *Jurnal Sosial dan Pemerintahan*, 9(1), 41–53.
- Wibisono, Y. (2016). *Membedah konsep dan aplikasi CSR*. Grasindo.
- Wibisono, Y. (2018). *CSR dan masa depan perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widarjono, A. (2016). *Ekonometrika: Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis* (Edisi 4). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijaya, A. (2020). Analisis pengaruh CSR terhadap citra perusahaan pada

perusahaan manufaktur di BEI. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 88–95.

Wulandari, A. (2022). Peran CSR dalam respons perusahaan terhadap bencana. *Jurnal Mitigasi Sosial*, 4(2), 77–86.

Yaskun, R., & Cahyono, D. (2015). Pengaruh implementasi CSR terhadap persepsi publik. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 3(1), 15–24.

Yuliana, D., & Arifin, S. (2020). Persepsi masyarakat terhadap implementasi CSR. *Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan*, 5(1), 22–33.

Yusuf, I., & Ahmad, R. (2021). Citra perusahaan daerah melalui CSR. *Jurnal Ekonomi Publik*, 2(2), 88–96.





QUESTIONER PENELITIAN

PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR

Profil Karyawan

Nama : _____

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : _____

Pendidikan : SD SMP SMA DIPLOMA SARJANA

Sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan maka kami sangat mengharapkan partisipasi bapak/ibu untuk mengisi pernyataan/pertanyaan ini.

Pernyataan/pertanyaan yang tertera di bawah akan mencoba menggali persepsi anda dalam melihat tanggung jawab Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar dari segi *Corporate Social Responsibility* serta pengaruhnya terhadap citra perusahaan.

Petunjuk pengisian Questsioner : berilah tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai menurut anda.

SS :SANGAT SETUJU TS :TIDAK SETUJU N:NETRAL
S :SETUJU STS :SANGAT TIDAK SETUJU

No	Pernyataan/Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
----	-----------------------	----	---	---	----	-----

- | | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | <i>Corporate Social Responsibility</i> | | | | | |
| 1. | Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar menyumbangkan dana sebesar Rp. 4.000.000 kepada empat panti asuhan daerah hertasning dan toddopuli. | | | | | |

Pernyataan/Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
-----------------------	----	---	---	----	-----

- | | | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|--|
| | | | | | | |
| 2. | Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar menjalankan perusahaan dengan efisien. Hal ini dapat dilihat dari tingkat produktifitas karyawan yang berada di atas 100%. | | | | | |
| 3. | Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar menjalankan perusahaan secara efektif. Hal ini dapat dilihat dari produk yang dihasilkan adalah produk yang paling dibutuhkan dan selalu diserap masyarakat. | | | | | |
| 4. | Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar dapat dikategorikan memperhatikan kesehatan masyarakat. Hal ini dapat dilihat | | | | | |

- pada kegiatan perusahaan dalam penyuluhan tentang bahaya seks bebas dan HIV/AIDS.
- 5 Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar senantiasa menjaga dan peduli terhadap lingkungan sekitar serta kesehatan dan keselamatan kerja karyawan.
 - 6 Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar memperhatikan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat dibuktikan dengan kesejahteraan karyawan di atas rata-rata.
 - 7 Kegiatan berupa bantuan kesehatan masyarakat dan bantuan bencana alam oleh Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar dinilai telah memadai sebagai representasi dari bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar perusahaan.
 - 8 Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar dapat dikatakan turut menjaga lingkungan dengan program penanaman pohon yang dilakukannya.
 - 9 Kegiatan bantuan pelestarian alam oleh Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar berupa penanaman pohon dapat dinilai telah memadai sebagai representasi dari bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan.
- Pernyataan/Pertanyaan SS S N TS STS
- 10 Dalam menjalankan usaha Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar tidak menimbulkan gangguan pada lingkungan
- Citra perusahaan**
- 1 Perusahaan umum Daerah Air Minum kota Makassar merupakan perusahaan yang bertanggung jawab.
 - 2 Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar telah melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik.
 - 3 Dengan program CSR Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar menunjukan perusahaan yang baik
 - 4 Nama Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar semakin baik dikalangan masyarakat berkat adanya kegiatan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan.
 - 5 Perusahaan Umum Daerah Air Minum kota Makassar merupakan perusahaan yang peduli terhadap masyarakat sekitar.
 - 6 Saya mengenali Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PDAM) kota Makassar dengan kegiatan CSR yang di jalankan.

Lampiran 1
Data Penelitian
Hasil kuisioner variabel x

RESPONDE N	CSR (X1)										$\Sigma X1$	TOTAL(X)
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X1 0		
1	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4,80	48
2	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4,50	45
3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4,60	46
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4,50	45
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4,50	45
6	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4,70	47
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4,20	42
8	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3,50	35
9	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4,40	44
10	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4,80	48
11	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4,30	43
12	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4,80	48
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	30
14	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4,80	48
15	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4,40	44
16	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4,60	46
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	50
18	5	4	4	3	3	4	3	4	5	5	4,00	40
19	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4,30	43
20	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4,70	47
21	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4,80	48
22	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4,10	41
23	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3,50	35
24	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4,30	43
25	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4,60	46
26	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4,20	42
27	2	3	2	3	3	3	3	5	5	3	3,20	32
28	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3,10	31
29	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4,50	45
30	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4,50	45
31	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3,90	39
32	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4,10	41
33	4	3	4	3	3	5	4	4	5	5	4,00	40
34	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2,90	29
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4,10	41
36	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4,60	46

37	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4,40	44
38	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4,80	48
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	50
40	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4,80	48
41	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4,70	47
42	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4,30	43
43	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4,60	46
44	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	4,10	41
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	50
46	4	5	3	4	3	3	4	4	4	5	3,90	39
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3,90	39
48	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3,70	37
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3,00	30
50	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4,40	44
51	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4,70	47
52	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4,10	41
53	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4,60	46
54	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4,10	41
55	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4,40	44
56	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	3,70	37
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	50
58	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4,60	46
59	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,80	48
60	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4,60	46
61	5	4	3	3	3	4	5	4	3	5	3,90	39
62	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4,10	41
63	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3,90	39
64	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4,40	44
65	4	4	3	5	3	4	5	5	4	5	4,20	42
66	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4,30	43
67	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4,30	43
68	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4,50	45
69	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4,30	43
70	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4,70	47
71	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4,60	46
72	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4,40	44
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4,90	49
74	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4,20	42
75	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4,40	44
76	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4,70	47
77	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4,10	41

78	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4,30	43
79	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4,30	43
80	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4,60	46
81	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4,10	41
82	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4,30	43
83	4	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4,10	41
84	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4,70	47
85	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4,40	44
86	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4,20	42
87	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4,30	43
88	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4,50	45
89	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4,70	47
90	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4,90	49
91	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4,30	43



39	5	5	5	5	5	5	5,00	30
40	5	5	5	5	5	3	4,67	28
41	4	5	5	5	5	2	4,33	26
42	5	5	5	5	5	3	4,67	28
43	5	5	5	5	5	4	4,83	29
44	3	4	4	4	4	5	4,00	24
45	5	4	5	5	5	5	4,83	29
46	4	4	4	4	4	5	4,17	25
47	4	5	4	5	5	4	4,50	27
48	4	4	4	4	4	3	3,83	23
49	3	3	3	3	3	3	3,00	18
50	5	5	4	5	5	5	4,83	29
51	4	4	4	4	4	4	4,00	24
52	4	4	3	5	5	4	4,17	25
53	5	5	5	5	5	3	4,67	28
54	4	4	4	5	5	3	4,17	25
55	3	5	5	4	4	5	4,33	26
56	4	4	4	4	4	5	4,17	25
57	4	4	5	5	5	5	4,67	28
58	4	4	4	5	5	4	4,33	26
59	5	5	5	5	5	4	4,83	29
60	5	5	4	5	5	5	4,83	29
61	5	4	3	5	5	4	4,33	26
62	4	4	4	5	5	5	4,50	27
63	5	5	4	5	5	5	4,83	29
64	4	5	5	4	4	5	4,50	27
65	4	4	4	4	4	4	4,00	24
66	4	5	5	5	5	4	4,67	28
67	4	4	5	4	4	4	4,17	25
68	5	4	5	5	5	4	4,67	28
69	4	4	5	5	5	4	4,50	27
70	5	4	5	5	5	4	4,67	28
71	4	5	5	4	4	5	4,50	27
72	5	5	4	5	5	4	4,67	28
73	5	5	5	5	5	5	5,00	30
74	4	4	4	5	5	4	4,33	26
75	4	5	4	5	5	4	4,50	27
76	5	5	5	4	4	5	4,67	28
77	5	5	5	4	4	5	4,67	28
78	5	5	4	5	5	4	4,67	28
79	5	5	4	5	5	3	4,50	27

80	5	5	5	5	5	4	4,83	29
81	5	5	4	5	5	3	4,50	27
82	4	4	4	4	4	3	3,83	23
83	4	4	4	4	4	4	4,00	24
84	5	5	5	4	4	4	4,50	27
85	5	4	4	5	5	5	4,67	28
86	5	5	5	5	5	5	5,00	30
87	5	4	4	5	5	4	4,50	27
88	5	4	4	4	4	4	4,17	25
89	5	5	5	4	4	3	4,33	26
90	4	5	4	5	5	4	4,50	27
91	4	5	5	5	5	4	4,67	28



X7	Pearson Correlation	.474**	.423**	.352**	.358**	.374**	.289**	1	.456**	.383**	.386**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.005		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X8	Pearson Correlation	.374**	.307**	.234*	.186	.259*	.225*	.456**	1	.392**	.301**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.026	.078	.013	.032	.000		.000	.004	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X9	Pearson Correlation	.381**	.355**	.289**	.273**	.261*	.232*	.383**	.392**	1	.319**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.005	.009	.012	.027	.000	.000		.002	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X10	Pearson Correlation	.418**	.303**	.288**	.271**	.418**	.363**	.386**	.301**	.319**	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.006	.009	.000	.000	.000	.004	.002		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL_X	Pearson Correlation	.698**	.664**	.612**	.656**	.693**	.645**	.690**	.581**	.598**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

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

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



Orrelations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.492**	.325**	.363**	.369**	.206*	.674**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.050	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y2	Pearson Correlation	.492**	1	.480**	.287**	.413**	.180	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.000	.088	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y3	Pearson Correlation	.325**	.480**	1	.196	.257*	.231*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.063	.014	.027	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y4	Pearson Correlation	.363**	.287**	.196	1	.925**	.151	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.063		.000	.153	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y5	Pearson Correlation	.369**	.413**	.257*	.925**	1	.194	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.000		.066	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
Y6	Pearson Correlation	.206*	.180	.231*	.151	.194	1	.543**
	Sig. (2-tailed)	.050	.088	.027	.153	.066		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.674**	.703**	.628**	.700**	.761**	.543**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91

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

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

RELIABILITAS**Scale: CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.844	.845	10

Scale: Citra Perusahaan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.754	6

HASIL UJI ASUMSI KLASIK**Uji linieritas****ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Citra Perusahaan * CSR	Between Groups	(Combined)	368,700	17	21,688	6,612	0,000
		Linearity	303,910	1	303,910	92,658	0,000
		Deviation from Linearity	64,790	16	4,049	1,235	0,264
	Within Groups	239,432	73	3,280			
Total			608,132	90			

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.83854478
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.061
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

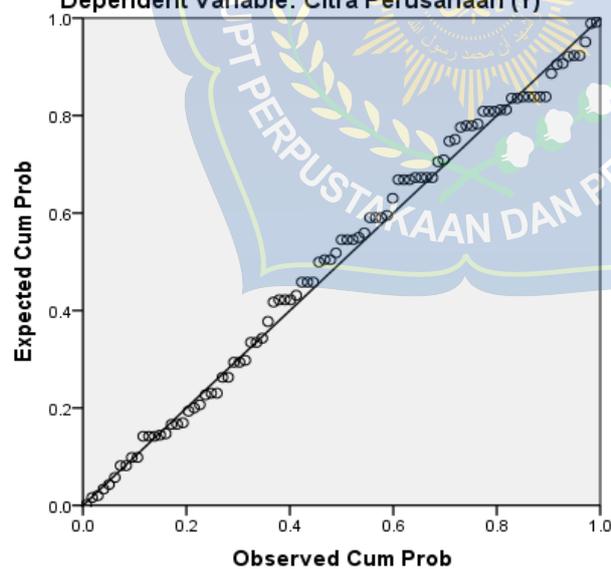
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Citra Perusahaan (Y)



UJI HETEROSKEDASTITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.977	1.091		2.729	.008
	CSR (X)	-.035	.025	-.145	-1.385	.170

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR (X)	91	2,10	2,90	5,00	4,3253	0,45451
Citra_Perusahaan (Y)	91	2,00	3,00	5,00	4,3796	0,43331
Valid N (listwise)	91					

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	0,500	0,494	1,849

a. Predictors: (Constant), CSR (X)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,787	1,865		4,712	0,000
	CSR (X)	0,404	0,043	0,707	9,429	0,000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan (Y)

Lampiran 2

Persuratan

A. Surat Izin Penelitian Fakultas



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Nomor : 19/05/A.2-II/VII/47/2025.
 Hal : Permohonan Izin Penelitian
 Yth. Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Dengan Hormat,

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini

Nama : Muh Ryan Zainal

Stambuk : 105711106721

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Judul Penelitian: PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
 CITRA PERUSAHAAN PADA
 PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR
 MINUM KOTA MAKASSAR

Mohon mahasiswa tersebut diberikan izin, untuk melakukan penelitian sesuai tempat penelitian.

Atas perkenaan dan Kerjasama Bapak, diucapkan terimakasih.

Makassar, undefined

Dekan,

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 NPM/1038166

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar



Management System
 ISO 21501:2018



Kampus Merdeka
 INDONESIA-MAKASSAR

B. Surat Penelitian Provinsi Sulawesi Selatan



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bougainville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
 Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
 Makassar 90231

Nomor	: 17291/S.01/PTSP/2025	Kepada Yth.
Lampiran	: -	Wallkota Makassar
Perihal	: <u>izin penelitian</u>	

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 239/LP3M/05/C.4-VIII/VIII/1447/2025 tanggal 04 Agustus 2025 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: MUH RYAN ZAINAL
Nomor Pokok	: 105711106721
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alauddin No 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
 PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 06 Agustus s/d 06 September 2025

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
 Pada Tanggal 06 Agustus 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
 SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN



ASRUL SANI, S.H., M.Si.
 Pangkat : PEMBINA UTAMA MUDA (IV/c)
 Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth
 1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;
 2. *Pertinggal.*

Nomor: 17291/S.01/PTSP/2025

KETENTUAN PEMEGANG IZIN PENELITIAN :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Bupati/Walikota C q. Kepala Bappelitbangda Prov. Sulsel, apabila kegiatan dilaksanakan di Kab/Kota
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) eksamplar hardcopy dan softcopy kepada Gubernur Sulsel. Cq. Kepala Badan Perencanaan-Pembangunan-Penelitian dan Pengembangan Daerah Prov. Sulsel
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

REGISTRASI ONLINE IZIN PENELITIAN DI WEBSITE :
<https://izin-penelitian.sulselprov.go.id>



NOMOR REGISTRASI 20250806157630



Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 'Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah.'
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSR
- Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan melakukan scan pada QR Code



C. Balasan Surat

**PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM
KOTA MAKASSAR**

BAGIAN UMUM DAN KEPEGAWAIAN



Makassar, 02 September 2025

Nomor : 1547 / B.2 / Um-Kepeg / IX / 2025
Sifat : ...
Perihal : **Izin Pra Penelitian**

Kepada Yth :
**KETUA PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Di,-
Makassar

Dengan hormat,
Menunjuk Surat Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Nomor : 070/6699/SKP/SB/DPBMPTSP/8/2025; Tanggal 27 Agustus 2025 dan Disposisi Direktur Umum dan Pelayanan Tanggal 1 September 2025 perihal Surat Keterangan Penelitian yang tersebut namanya dibawah ini :

N a m a : **MUH. RYAN ZAINAL**
Nim : 105711106721
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Judul : **" PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR "**

Sehubungan dengan hal tersebut kami dari Perumda Air Minum Kota Makassar bersedia menerima Mahasiswa Saudara(i) untuk melaksanakan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi sesuai Judul diatas yang dilaksanakan pada **Tanggal 6 Agustus 2025 s/d 6 September 2025**

Demikian disampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

**BAGIAN UMUM DAN KEPEGAWAIAN
PERUMDA AIR MINUM KOTA MAKASSAR**

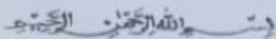


Tembusan :

1. Yth. Direksi Perumda Air Minum Kota Makassar;
2. Plt. Kepala Bagian / Kepala Wilayah Perumda Air Minum Kota Makassar;
3. Mahasiswa yang Bersangkutan;
4. Arslp

D. Hasil Plagiasi


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**
Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No 259 Makassar 90221 Telp (0411) 866972, 881 593, Fax (0411) 865588



SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

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

Nama : Muh Ryan Zainal
Nim : 105711106721
Program Studi : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan

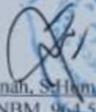
Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	7%	10 %
2	Bab 2	11%	25 %
3	Bab 3	9%	10 %
4	Bab 4	6%	10 %
5	Bab 5	4%	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, 25 November 2025
Mengetahui,
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,


 Nursinah, SH, Mu. MLP
 NBM. 964 591

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

Muh Ryan Zainal 105711106721 BAB I

ORIGINALITY REPORT

7 %
SIMILARITY INDEX



0 %
PUBLICATIONS

3 %
STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE/PRINTED)

2%

★ Submitted to iGroup
Student Paper

Exclude quotes
Exclude bibliography

Exclude matches = 2%





Muh Ryan Zainal 105711106721 BAB III

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX
8% INTERNET SOURCES
5% PUBLICATIONS
2% STUDENT PAPERS

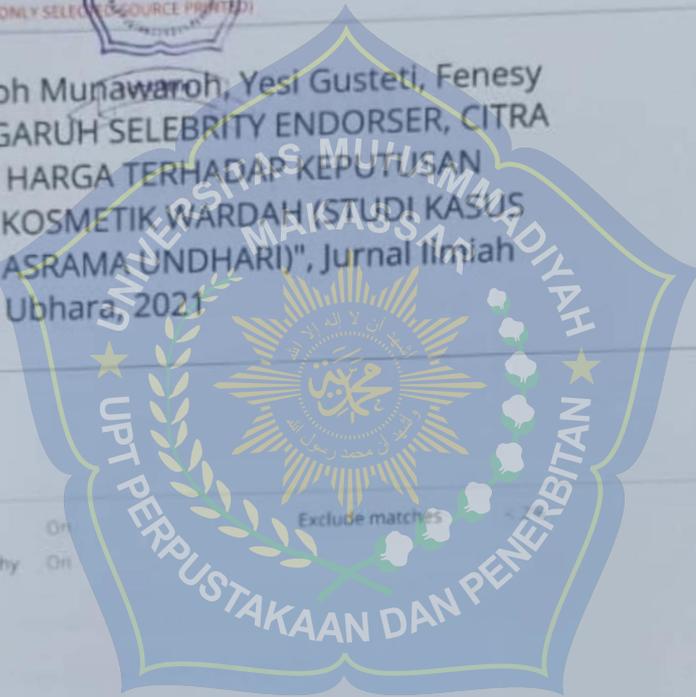
MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%
★ Munawaroh Munawaroh, Yesi Gusteti, Fenesy Resty. "PENGARUH SELEBRITY ENDORSER, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK WARDAH (STUDI KASUS MAHASISWI ASRAMA UNDHARI)", Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara, 2021
Publication

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches



Muh Ryan Zainal 105711106721 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

6% SIMILARITY INDEX	 INTERNET SOURCES	4% PUBLICATIONS	2% STUDENT PAPERS
------------------------	---	--------------------	----------------------

PRIMARY SOURCES

1 digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	6%
--	----

Muh Ryan Zainal 105711106721

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches 2%



Muh Ryan Zainal105711106721 BAB V

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX



0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCES PRINTED)

4%

★ digilib.poliupg.ac.id

Internet Source

Exclude quotes

On

Exclude bibliography

On

Exclude matches



**Lampiran 3
Dokumentasi**



RIWAYAT HIDUP



Muhammad Ryan Zainal, lahir di Sungguminasa 15 Agustus 2003, anak ke dua dari dua bersaudara, merupakan buah cinta dari pasangan ayahanda Zainal dan ibunda Rahmawati. Jenjang pendidikan yang di tempuh penulis mulai dari bangku Sekolah Dasar Negri Biringkaloro pada tahun 2009 dan lulus pada tahun 2015, kemudian melanjutkan jenjang pendidikan SMP Negri 1 Pallangga pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2018, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Manengah kejuruan di SMK Negri 4 Gowa pada tahun 2018 sampai tahun 2021. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan studinya di Universitas Muhammadiyah Makassar dan terdaftar sebagai mahasiswi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Muhammadiyah Makassar.