

MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (Studi Pada PT. Semen Indonesia. Tbk)

by Muhadjir Anwar

Submission date: 14-Oct-2020 11:20PM (UTC+0700)

Submission ID: 1415068431

File name: Plagiasi_Membangun_citra_perusahaan.doc (261K)

Word count: 3543

Character count: 24876

MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN

(Studi Pada PT. Semen Indonesia. Tbk)

Oleh

Muhadjir Anwar dan Budi Priantono

Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur

muhadjir.anwar@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Good Corporate Governance* (GSG) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan, serta *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan melalui Citra Perusahaan. Sampel penelitian diambil dari pegawai PT. Semen Indonesia, dan masyarakat sekitar perusahaan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 25 orang. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan instrument berupa pertanyaan yang diberikan dan di jawab oleh responden, sedangkan data sekunder diambil dari PT. Semen Indonesia. Teknik analisis data untuk mengetahui pengaruh antara variabel penelitian menggunakan menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa (1) *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh non signifikan terhadap kinerja perusahaan, dan (3) *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Kinerja Perusahaan melalui Citra Perusahaan berpengaruh

Kata Kunci : GCG,CSR, Citra Perusahaan dan Kinerja Perusahaan

PENDAHULUAN

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam suatu perusahaan memiliki tujuan membangun citra perusahaan sebagai pertanggung jawaban kepada pemegang saham maupun pada masyarakat dan kesejahteraan pegawai di perusahaan. Terpenuhinya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menciptakan hubungan positif dengan citra perusahaan. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa antara GCG dengan CSR memiliki hubungan dan saling terkaitan sehingga merupakan satu kesatuan dalam perusahaan.

Penerapan *Good Corporate Governance* dalam suatu perusahaan sebagai suatu usaha untuk memenuhi tanggungjawab sosial kepada pemegang saham dan masyarakat sekitar perusahaan serta kepada pegawai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai tanggungjawab sosial, hal ini dapat didefinisikan sebagai pertanggungjawaban secara moral dari suatu perusahaan kepada *stakeholder* nya. Perusahaan sudah memiliki pertanggungjawaban

sosial, apabila manajemen perusahaan memiliki visi atas kinerja operasional tidak hanya merealisasikan profit, tetapi perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sosialnya.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai konsekuensi secara logis terhadap implementasi konsep *Good Corporate Governance* (GCG), yang memiliki prinsip bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap kepentingan *Stakeholders*-nya, berdasarkan aturan dan dapat menjalin kerjasama secara aktif dengan *stakeholders* untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang akan datang. Disamping itu dikatakan bahwa mekanisme dan struktur *governance* perusahaan menjadi infrastruktur pendukung dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* di suatu perusahaan. Adanya mekanisme dan Struktur *governance* ini supaya dapat mengurangi asimetri informasi. Apabila asimetri informasi dibiarkan terjadi, maka besar kemungkinan akan terjadi *adverse selection* maupun *moral hazard*, dengan konsekuensi bahwa perusahaan tidak melakukan penerapan *Corporate Social Responsibility* (Utama, 2007).

Sebaiknya pelaku *Corporate Social Responsibility* tidak memisahkan kegiatan dari *Corporate Social Responsibility* dengan *Good Corporate Governance*. Bahwa kegiatan CSR dan GCG merupakan satu continuum (berkesinambungan) antara keduanya, bukan sebagai penyatuan dari bagian yang terpisahkan (Murwaningsari, 2009). Sebagai tanggungjawab sosial yang berorientasi pada para *stakeholders* sehingga sejalan dengan salah satu prinsip utama dari *Good Corporate Governance* yaitu *Responsibility*.

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang usaha berkaitan dengan sumber daya alam memiliki kewajiban dan tanggungjawaban sosial dan lingkungan. Apabila tanggungjawab sosial dan lingkungan ini dapat dilakukan akan mampu mendorong perkembangan ekonomi, dalam hal ini perusahaan tidak hanya mengejar bagaimana mengejar profit, tetapi perusahaan juga memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan. Apabila kondisi sosial dan lingkungan tidak diperhatikan, maka akan terjadi kerusakan yang diakibatkan oleh eksploitasi sumber daya alam, maka perusahaan juga akan mengalami banyak kerugian. Perusahaan akan rugi dengan menurunnya tingkat kepercayaan (citra) perusahaan dari masyarakat, demikian juga berbagai sanksi dari pihak yang berwenang karena adanya kerusakan lingkungan, disamping itu juga menurunnya investor untuk berinvestasi, serta menurunnya kondisi keuangan perusahaan karena sudah tidak ada kepercayaan dari pihak-pihak lain.

KAJIAN TEORI

Good Corporate Governance (GCG)

GCG adalah suatu sistem tata kelola perusahaan dengan memiliki seperangkat peraturan untuk mengatur hubungan dengan pemegang saham, pengurus maupun pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, pegawai serta para pemangku kepentingan baik intern maupun ekstern lainnya yang berhubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, hal ini untuk mengatur dan mengendalikan perusahaan, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Apabila penerapan *Good Corporate Governance* dapat berjalan dengan baik, efektif dan efisien, maka kinerja perusahaan baik, kinerja finansial maupun non finansial akan juga turut mambaik (Brown dan Caylor, 2004).

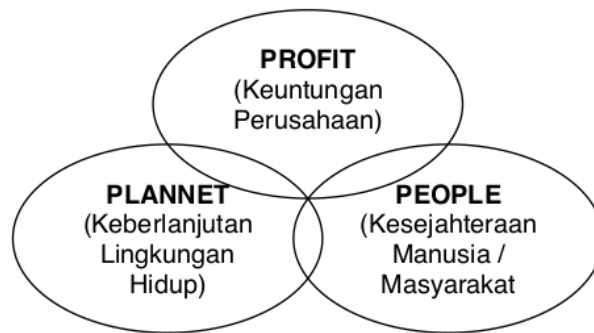
Hasil penelitian dilakukan oleh Black *et.al.* (2003) dan Gompers *et.al.* (2003) dalam W. Drobetz (2003), menyimpulkan dan membuktikan bahwa peningkatan praktik penerapan *good corporate governance* dalam suatu perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan (nilai tobins Q sangat baik). Penelitian oleh Drobetz *et.al.* (2003) dalam W. Drobetz (2003), hasilnya membuktikan bahwa perusahaan yang menerapkan *good corporate governance* pada tingkat tinggi dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang baik (nilai tobins Q tinggi).

Klapper dan Love (2003) mengungkapkan bahwa secara empiris dapat dijelaskan bahwa *corporate governance* yang diukur secara berbeda-beda hasilnya sama-sama berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Allen dan Gale (2000) dalam S. Beiner *et.al.* (2003), Secara teoritis menyatakan bahwa dewan direksi merupakan indikator mekanisme *good corporate governance* yang penting, dewan direksi dapat memastikan bahwa manajer mengikuti kepentingan semua pihak.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Fenomena strategi perusahaan dalam *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. *Corporate Social Responsibility* timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*.

Merujuk dari konsep *Tiple Bottom Line*, *Corporate Social Responsibility* yang telah dipublikasikan oleh John Elkington pada tahun 1998 pada bukunya "*Canibal With Forks, The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*". Elkington menjabarkan *Triple Bottom Line* pada istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*.



Gambar 1. *Triple bottom lines* dalam CSR (Suharto, 2007)

Menurut Susanto (2007:28), perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan meningkatkan kinerja perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan di manapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan yang berdasar pada sasaran, standar, dan kinerja yang telah ditentukan

Penilaian kinerja pegawai bertujuan untuk memberi memotivasi para pegawai untuk pencapaian tujuan perusahaan dengan mengikuti standar perilaku yang telah ditetapkan supaya dapat menghasilkan suatu tindakan sesuai dengan diinginkan. Standar perilaku adalah suatu kebijakan dari manajemen yang di dituangkan dalam anggaran perusahaan. Perusahaan menetapkan penilaian kinerja digunakan untuk membatasi perilaku yang menyimpang tidak sesuai dengan aturan dan digunakan juga untuk *merangsang* dan mentaati peraturan dengan melalui reward yang diberikan oleh perusahaan.

Secara umum konsep pengukuran kinerja perusahaan tradisional (Fiori *et al*, 2007) fokus pada analisis : *profitability, Liquidity, Solvency, Financial efficiency, Repayment capacity*. Akuntansi mendasarkan ukuran kinerja keuangan adalah suatu peramal yang cukup untuk

penilaian pasar perusahaan dan return. Harga pasar saham merefleksikan nilai fundamental saham (Brief dan Lawson, 1992; Peasnell, 1996) seperti dikutip oleh Fiori *et al* (2007).

Citra Perusahaan

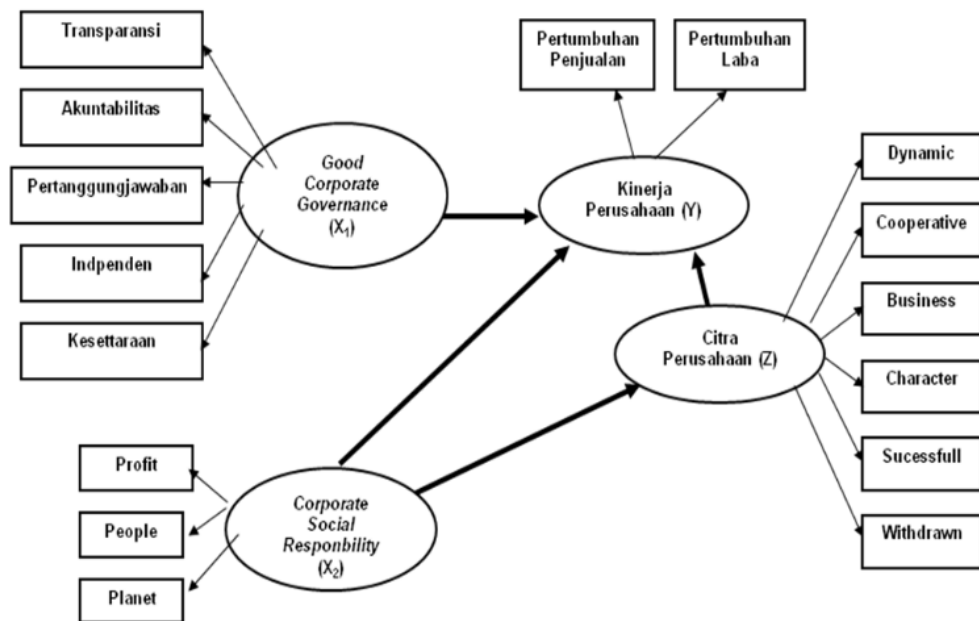
Aset bagi perusahaan adalah dari citra yang baik bagi perusahaan, sebaliknya apabila perusahaan memiliki reputasi yang buruk merupakan beban bagi perusahaan. Citra perusahaan sebagai aset strategis dari perusahaan, citra perusahaan memegang peranan dalam mencapai keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja perusahaan (Hall et al. dalam Wang, 2006). Apabila perusahaan memiliki reputasi buruk menjadi beban bagi perusahaan..

Prasetya (2010) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat mempengaruhi citra perusahaan secara signifikan yang dapat menunjukkan hubungan positif. Penelitian yang dihasilkan oleh Stanaland *et al.* (2011) dalam Ningrum dan Nurcahya (2012) membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *Corporate Social Responsibility* dengan persepsi reputasi perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Marin *et al.* (2009) bahwa semakin baik anggapan *Corporate Social Responsibility* oleh konsumen, maka semakin positif penilaiannya, maka semakin baik penilaian terhadap perusahaan.

Dijelaskan dalam teori Manajemen Strategi bahwa melalui citra perusahaan yang baik maka akan dapat diperoleh suatu keunggulan bersaing yang berkelanjutan serta mempengaruhi kinerja perusahaan secara keseluruhan (Fombrun dan Rindova et al. dalam Dolphin, 2004). Dijelaskan oleh (Balmer et al., dalam Roberts dan Dowling, 2002) bahwa citra perusahaan yang baik dapat meningkatkan profit dan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan; maupun dapat membantu memberi keyakinan pada *stakeholder* melalui kemampuan dalam menarik pelanggan dan karyawan yang memiliki kualitas tinggi, sehingga dapat membantu perusahaan baik di saat baik maupun saat yang buruk

Model Penelitian

Model Penelitian digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Model penelitian

Hipotesis

Berdasarkan model penelitian yang merupakan pengembangan dari model konsep, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Semakin baik *Good Corporate Governance* (GCG) maka semakin baik kinerja perusahaan
2. Semakin baik *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin baik kinerja Perusahaan
3. Semakin baik *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin baik kinerja Perusahaan melalui Citra Perusahaan

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam hubungannya dengan Variabel *Good Corparoate Governance* (GCG) dan Kinerja perusahaan, populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan PT. Semen Indonesia.Tbk. Sedang yang terkait dengan variabel *Corporate Social Reponsibility* (CSR) dan Citra perusahaan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat disekitar pabrik pengolahan dan

penambangan PT. Semen Indonesia Tbk. di Tuban. Cara pengambilan sampel atau teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling yaitu simpel random sampling (Acak Sederhana) Sedangkan untuk populasi masyarakat teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Besarnya sampel yang digunakan adalah 25 karyawan dan 25 masyarakat jadi total sampel yang digunakan adalah 25.

Pengumpulan data primer dilakukan dengan instrument daftar pertanyaan yang dibagikan kepada responden, sedangkan data sekunder berasal dari PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengukuran terhadap variabel GCG, CSR, Citra perusahaan dan kinerja perusahaan secara keseluruhan hasil estimasi telah memenuhi *Convergen validity* dan validitas dan Reliabilitas baik.

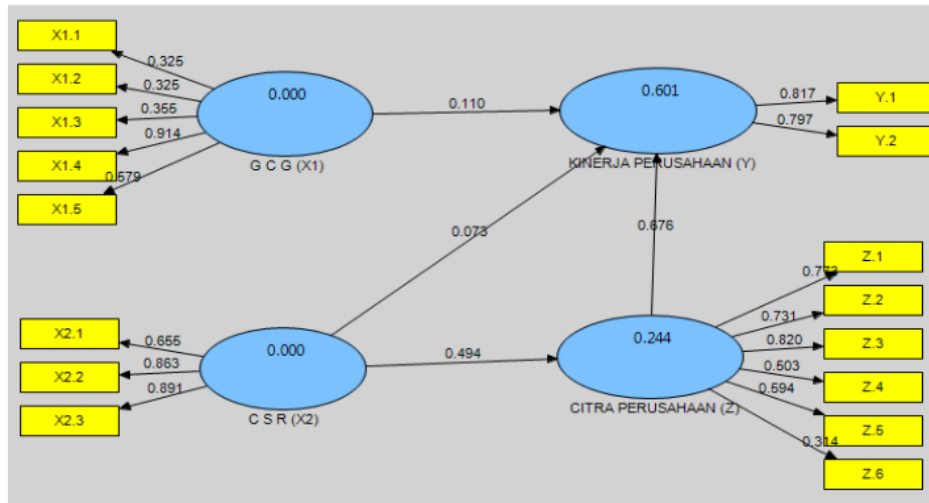
Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-Square yang merupakan uji *goodness-fit model*. Pengujian inner model dapat dilihat dari nilai R-square pada persamaan antar variabel latent.

Nilai $R^2 = 0,6979$. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa model sangat Baik dan mampu menjelaskan fenomena/masalah Kinerja Perusahaan sebesar 69,79 %. Sedangkan sisanya (30,21 %) dijelaskan oleh variabel lain (selain GCG, CSR, dan Citra Perusahaan) yang belum masuk ke dalam model dan *error*. Artinya Kinerja Perusahaan dipengaruhi oleh GCG, CSR, dan Citra Perusahaan sebesar 69,79 % sedang sebesar 30,21 % dipengaruhi oleh variabel selain GCG, CSR, dan Citra Perusahaan a.

Inner Model

Pada Partial Least Square Least Square (PLS) koefisien parameter jalur diperoleh melalui bobot inner model dengan terlebih dahulu dicari nilai *t-statistic* melalui prosedur *bootstrap*

standart error,dengan hasil perhitungan software smart PLS sebagai berikut :



Gambar 3. Inner Model)

4. Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap Kinerja Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh signifikan positif terhadap Kinerja Perusahaan. Artinya praktik *good corporate governance* dalam perusahaan yang semakin baik maka meningkatkan kinerja perusahaan. Hipotesis yang menyatakan bahwa Semakin baik *Good Corporate Governance* (GCG) maka semakin baik kinerja perusahaan PT. Semen Indonesia, Tbk diterima.

Hasil penelitian sesuai dari hasil penelitian yang diperoleh dari beberapa peneliti antara lain oleh Black *et.al.* (2003) , dan Gompers *et.al.* (2003), yang membuktikan bahwa meningkatkannya praktik dalam penerapan *good corporate governance* di suatu perusahaan maka dapat meningkatkan kinerja perusahaan (nilai tobins Q sangat baik). Hasil penelitian Drobetz *et.al.* (2003) dalam W. Drobetz (2003), yang membuktikan bahwa perusahaan dengan tingkat *good corporate governance* yang tinggi dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang baik (nilai tobins Q tinggi). Klapper dan Love (2003) dalam Drobetz (2003), hasil penelitiannya membuktikan bahwa ada pengaruh positif antara indikator mekanisme *good corporate governance* terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *market valuation* perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Yeni Paramita Setianingsih dkk (2013) menyimpulkan hasil yang

sama dengan penelitian sebelumnya bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap GCG dengan kinerja perusahaan.

Corporate Governance bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan (*stakeholders*). *Corporate Governance* adalah : “Suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan (Pemegang Saham/Pemilik Modal, Komisaris, dewan Pengawas dan Direksi) untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berlandaskan peraturan perundang-undangan dan nilai-nilai etika”.(Sutedi ,2011:1)

Berpengaruhnya *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap kinerja perusahaan dapat dijelaskan dengan alasan bahwa prinsip-prinsip GCG telah terimplementasi dengan baik dalam praktek menjalankan usaha oleh PT. Semen Indonesia, prinsip-prinsip tersebut adalah terkait dengan indikator dengan skor jawaban terbesar dan responden mempersepsikan tentang GCG adalah akuntabilitas (*Accountability*) , pertanggungjawaban (*Responsibility*), Kemandirian (*Indepedency*) dan (*Fairness*) . Sedang dilihat dari nilai factor loading terbesar adalah indikator Kemandirian (*Indepedency*).

Adanya prinsip transparansi yang diterapkan secara efektif, maka akan ada kejelasan akan fungsi, hak, kewajiban dan wewenang serta tanggung jawab antara pemegang saham, dewan komisaris dan dewan direksi. Tumbuhnya kesadaran pada semua elemen perusahaan (Komisaris, dewan direksi dan karyawan) bahwa kegiatan usahanya harus dipertanggungjawabkan kepada *shareholders* maupun kepada *stakeholders* dan prinsip *fairness* dapat menjadi faktor pendorong yang dapat memonitor dan memberikan jaminan perlakuan adil diantara beragam kepentingan dalam perusahaan (indicator skor jawaban terbesar) serta dikuatkan dengan pengelolaan perusahaan secara profesional tanpa ada benturan kepentingan dan tanpa adanya tekanan atau intervensi dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku sebagai wujud implementasi prinsip kemandirian (*indepedency*) GCG (factor loadig terbesar).

Dengan implementasi keempat prinsip GCG tersebut karyawan dapat mengetahui dengan jelas apa yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya, sehingga karyawan termotivasi untuk bekerja lebih baik karena adanya keharusan untuk mempertanggungjawabkan kepada *stakeholders* serta merasa dihargai karena adanya perlakuan yang adil terhadap semua karyawan

serta pengelolaan usaha secara profesional inilah yang mendorong kinerja karyawan meningkat yang selanjutnya meningkatkan pula kinerja perusahaan. Dengan demikian hasil-hasil penelitian tersebut secara empiris dapat menjelaskan bahwa *corporate governance* berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh Non signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya Kinerja perusahaan tidak ditentukan oleh kegiatan CSR. Hipotesis yang menyatakan bahwa Semakin baik *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka semakin baik kinerja Perusahaan PT. Semen Indonesia Tbk ditolak. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kartina Natalylova (2013) yang menyimpulkan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. (Suharto ,2008)

Hasil penelitian ini yang menyatakan tidak berpengaruhnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan dapat dijelaskan dengan alasan bahwa persepsi responden tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini adalah pada indikator perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi (skor jawaban responden terbesar), sedangkan ke depannya persepsi responden tentang CSR pada indikator Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati. Berdasarkan hal ini masih terjadi persepsi yang berbeda terhadap implementasi CSR, sehingga menimbulkan rendahnya konsistensi dalam implementasi program CSR yang dilakukan oleh PT.Semen Indonesia,Tbk. Artinya program CSR dijalankan semata-mata hanya untuk memenuhi kewajiban sebagaimana ketentuan dalam pasal 74 ayat 1 UU Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas disebutkan bahwa “PT yang menjalankan usaha di bidang dan/atau

bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

PT. Semen Indonesia,Tbk sebagai perusahaan yang bersangkutan dengan sumber daya alam maka harus menjalankan program CSR, kondisi ini oleh masyarakat terutama yang berada di sekitar lingkungan perusahaan dipersepsikan bahwa CRS itu merupakan hal yang wajar dan belum dianggap sebagai sikap kepedulian perusahaan, sehingga tidak mampu membentuk reputasi perusahaan karena kurangnya dukungan dari komunitas yang merasakan manfaat program CSR yang selanjutnya tidak mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Kewajiban CSR masih belum menjadi bagian terintegrasi dalam strategi perusahaan dan kurangnya kesadaran perusahaan akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*. Hal ini tercermin nilai factor loading terbesar pada indicator Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Susanto (2007:28), perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan meningkatkan kinerja perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan melalui Citra Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan didapatkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap citra perusahaan, sedang citra perusahaan juga berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan melalui citra perusahaan. Artinya program CSR yang dijalankan oleh perusahaan mampu membentuk citra perusahaan akan memberikan dampak terhadap kinerja perusahaan.

Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh PT. Semen Indonesia Tbk. berpengaruh terhadap kinerja perusahaan melalui citra perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa keberhasilan *Corporate Social Responsibility* sangat mempengaruhi citra perusahaan dalam suatu perusahaan. Keberhasilan ini tidak terlepas dengan persepsi responden tentang citra perusahaan adalah organisasi harus memiliki karakter bisnis : bijak, cerdas, persuasif,

terorganisir dengan baik (nilai factor loading terbesar). Citra tersebut terbangun melalui kegiatan CSR yang dilakukan secara kontinyu, terukur, dikelola dengan baik, serta berorientasi internal maupun eksternal.

Selain itu semakin baik anggapan CSR oleh konsumen, maka semakin positif penilaiannya terhadap perusahaan, dengan citra perusahaan yang baik maka angka penjualan perusahaan akan meningkat dan selanjutnya mendorong peningkatan kinerja perusahaan karena konsumen memiliki pengalaman baik dengan sebuah perusahaan dan menginformasikannya ke orang lain membeli produknya. Dengan demikian Citra atau reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap keuangan kinerja perusahaan dengan dijalankannya program CSR oleh perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan untuk penelitian ini yaitu :

1. *Good Corporate Governance* (GCG) mampu memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan pada PT. Semen Indonesia, karena terwujudnya pengelolaan perusahaan secara profesional tanpa ada benturan kepentingan dan tanpa adanya tekanan atau intervensi dari pihak manapun sebagai wujud implementasi prinsip kemandirian (*independency*) GCG .
2. Corporate Social Responsibility (CSR) belum mampu memberikan kontribusi terhadap kinerja perusahaan, karena CRS itu merupakan hal yang wajar dan belum dianggap sebagai sikap kepedulian perusahaan, sehingga tidak mampu membentuk reputasi perusahaan karena kurangnya dukungan dari komunitas.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Kinerja Perusahaan melalui Citra Perusahaan mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja perusahaan di PT. Semen Indonesia karena adanya Program CSR dilakukan secara kontinyu, terukur, dikelola dengan baik, serta berorientasi internal maupun eksternal. dapat memiliki dampak yang positif untuk meningkatkan citra perusahaan

Saran

Saran yang dapat diajukan dalam penelitian ini :

1. Pihak PT. Semen Indonesia hendaknya senantiasa mengedepankan prinsip independensi (kemandirian) dalam pengelolaan bisnis dengan selalu berpijak pada aturan dan ketentuan yang sudah ditetapkan
2. Pihak PT. Semen Indonesia terus berupaya kegiatan CSR agar terbentuk citra perusahaan melalui mengkomunikasikan isu-isu melalui pemilihan media yang tepat..
3. Pada penelitian berikutnya, spesifik pada variable CSR tanpa melibatkan variable GCG dengan sampel masyarakat sekitar lingkungan pabrik yang menerima manfaat CSR.

1

DAFTAR PUSTAKA

Anilda, Reski. 2010. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan Pada PT. Semen Bosowa Maros*. Makassar: Universitas Hasanuddin.

Febrianty, Medina. 2006. *Analisis Hubungan Stakeholders dengan Tangung Jawab Sosial Perusahaan dan Pengaruhnya Terhadap Akuntansi Sosial (Studi Empiris Pada Industri Sedang dan Besar di Kota Makassar)*.

Harnang, Haryati. 2010. *Analisis Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT.INCO.TBK Dalam Kerangka Akuntansi Sosial*. Makassar: Universitas Hasanuddin

Hasyim, dan Rina Anindita. 2009. *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran*. Jakarta: UIEU-University Press.

Henriques, dan Sadorsky. 1999. *The Relationship Between Environmental Commitment and Managerial Perception of Stakeholder Importance*. Academy of Management Journal, Vol. 42, No. 1, p. 87-89.

Ikatan Akuntan Indonesia. 2007. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Indarwati. 2007. *Hubungan Antara Corporate Social Responsibility “ Surabaya Green & Clean 2006” Yang Dilakukan PT Unilever Indonesia Tbk Dengan Citra Perusahaan*. Surabaya:

Universitas Kristen Petra Surabaya.

Irianto, Agus. 2004. *Statistik: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesi*. Bandung: Refika Aditama.

Limoa, Reni. 2010. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Sermani Steel Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin

Masse, Ambo. 2007. *Analisis Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Keterkaitannya dengan Akuntansi Sosial Pada Semen Bosowa Maros*.Makassar: Universitas Hasanuddin

May, Steve, George Cheney dan Juliet Roper. 2007. *The Debate Over Corporate Social Responsibility*. First Edition. New York: Oxford University Pres.

Moore, Frazier. 2004. *Humas: Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya

Podnar, Klement and Golob Urska. 2007. *CSR Expectations: The Focus of Corporate Marketing Corporate Communications*. An International Journal Vol. 12 No. 4.

Pohan, Ferina Zulyana. 2008. *Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Perusahaan (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Program CSR “Satu Untuk Sepuluh “ Terhadap Citra Aqua di KalanganMahasiwa Universitas Sumatera Utara)*. Medan : Universitas Sumatera Utara.

Primadini, Intan. 2008. *Pengaruh persepsi khalayak mengenai informasi pelaksanaan Corporate Social Responsibility terhadap pembentukan citra merek melalui advertorial (studi pada advertorial Lifebuoy Berbagi Sehat di Harian Kompas)*. Jakarta : Universitas Indonesia

Priyatno, Duwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom

Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Rumanti, Maria Assumpta. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: Grasindo.

Savage, G. T., Nix, T. W., Whitehead, C. J., and Blair, J. D. 1991. *Strategies for Assessing and Managing Organizational Stakeholders*. Academy of Management Executive, Vol 5No. 2, 61–75.

Sharma S., Sharma J. and Devi A .2009. *Corporate Social Responsibility: The Key Role of*

Human Resource Management. Business Intelligence Journal Vol.2 No 1.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility : from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugyono. 2004. *Statistik Non Parametrik*. Bandung: Alfabeta.

Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta : Damar Mulia Pustaka.

Tan, Gilbert and Komaran Raj. 2006. *Perceptions of Corporate Social Responsibility: An empirical study in Singapore*.

Untung, Budi H. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (Studi Pada PT. Semen Indonesia. Tbk)

ORIGINALITY REPORT

30%

SIMILARITY INDEX

30%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

18%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.unhas.ac.id

Internet Source

13%

2

docobook.com

Internet Source

11%

3

eprints.undip.ac.id

Internet Source

2%

4

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

2%

5

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (Studi Pada PT. Semen Indonesia. Tbk)

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15