

**HUBUNGAN ANTARA IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) HOTEL PURI ASRI DENGAN CITRA PERUSAHAAN**  
**(Studi Korelasi Pada Masyarakat Desa Banyuwangi, Magelang)**

NASKAH PUBLIKASI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
guna mencapai gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi



LANJARI SETYANINGSIH

L100080049

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

## PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk diujikan oleh

Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi

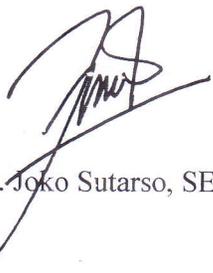
Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari : Jumat

Tanggal : 23 November 2012

Pembimbing I



Drs. Joko Sutarso, SE., M.Si.

Pembimbing II



Arief Fajar, S.Ikom.

**HUBUNGAN ANTARA IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) HOTEL PURI ASRI DENGAN CITRA PERUSAHAAN**

**(Studi Korelasi Pada Masyarakat Desa Banyuwangi, Magelang)**

Oleh:

Lanjari Setyaningsih, L100080049. Fakultas Komunikasi dan Informatika,  
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012

**ABSTRAK**

Persaingan dalam dunia bisnis perhotelan semakin pesat, menuntut setiap perusahaan memiliki inisiatif untuk tetap eksis dan berkembang salah satu caranya dengan membangun citra perusahaan. Hal ini mendorong Hotel Puri Asri untuk meningkatkan citra perusahaannya. Melalui implementasi CSR Hotel Puri Asri berupaya mensejahterakan masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara implementasi CSR Hotel Puri Asri dengan citra perusahaan dimata masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode korelasional. Teknis analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis korelasi sederhana dengan koefisien korelasi *product moment*. Penarikan sampel menggunakan *cluster random sampling*.

Hasil hipotesis yang diperoleh menggunakan SPSS menunjukkan nilai  $r_{hitung} 0,350 > r_{tabel} 0,176$ . Artinya, ada hubungan atau korelasi antara implementasi CSR Hotel Puri Asri dengan citra perusahaan. Korelasi tersebut menunjukkan hasil yang signifikan yaitu 0,000. Artinya, semakin baik implementasi CSR Hotel Puri Asri, maka akan semakin baik citra perusahaan dimata masyarakat.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, bahwa implementasi CSR suatu perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan merupakan cara untuk melakukan investasi sosial yang berdampak pada keberlangsungan hidup perusahaan. Selain itu, implementasi CSR juga memberikan kontribusi terhadap pembentukan citra perusahaan dimata masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya mencari keuntungan semata, melainkan juga peduli terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan, Hotel Puri Asri

## **PENDAHULUAN**

Saat ini persaingan bisnis menuntut setiap perusahaan memiliki inisiatif untuk tetap eksis dan berkembang. David C. Korten (1995) menyatakan bahwa dunia bisnis kini telah menjelma menjadi industri paling berkuasa di muka bumi selama setengah abad terakhir (Suharto 2010: 31).

Namun demikian, kemajuan dunia industri tersebut tidak sejalan dengan perbaikan kesejahteraan masyarakat termasuk kerusakan lingkungan akibat pengoperasiannya, sehingga mengakibatkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Oleh karena itu, untuk menarik lagi simpati dan kepercayaan masyarakat penting bagi perusahaan melakukan gerakan peduli terhadap lingkungan yang juga sebagai langkah untuk menciptakan citra positif perusahaan. Melalui aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar dapat diwujudkan baik dalam bentuk donasi maupun pengembangan masyarakat.

Perkembangan Hotel Puri Asri yang begitu pesat tidak lepas dari peran masyarakat dan lingkungan sekitar. Seperti yang kita ketahui bahwa perusahaan yang mendapat ijin beroperasi dari masyarakat, maka dapat menjalankan aktivitas perusahaannya tanpa terhalang konflik yang mungkin terjadi antara perusahaan dengan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan dimata masyarakat untuk menghindari atau menaggulangi konflik yang mungkin dapat terjadi.

Dalam upaya membangun citra dimata masyarakat, salah satu strategi yang digunakan Hotel Puri Asri adalah dengan menjalankan aktivitas CSR. Aktivitas CSR yang dijalankan diantaranya adalah bantuan kepada masyarakat untuk peringatan hari besar keagamaan seperti Idul Fitri, penghijauan dan pembuatan taman, pembuatan saluran air, pembuatan kamar mandi umum, pembuatan dan perbaikan jalan, pengolahan lahan persawahan bersama, serta beasiswa sekolah.

Melalui beberapa aktivitas tersebut, Hotel Puri Asri berupaya menunjukkan kepeduliannya yang diharapkan dapat menarik simpati dan dukungan masyarakat sekitar serta konsumen, sehingga dapat membentuk citra

perusahaan yang nantinya akan membawa pada arah kemajuan dan sebagai wujud eksistensi perusahaan. Tentu saja kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dengan mengedepankan kejujuran melalui aktivitas perusahaan yang terbuka dan transparan, sehingga mendapat dukungan dari masyarakat khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan.

Dengan alasan tersebut, peneliti mengambil topik yang berkaitan dengan “Hubungan Antara Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Puri Asri dengan Citra Perusahaan.” (Studi Korelasi Pada Masyarakat Desa Banyuwangi, Magelang).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan ada atau tidaknya hubungan antara implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Hotel Puri Asri dengan citra perusahaan dimata masyarakat.

## **LANDASAN TEORI**

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial keinginan untuk berinteraksi dan mengetahui keadaan lingkungan, mendorong manusia melakukan komunikasi. Komunikasi tersebut memainkan peran penting dalam kehidupan. Oleh karena itu, diperlukan adanya komunikasi secara efektif.

Oleh karena itu, dengan adanya komunikasi organisasi yang baik oleh perusahaan, maka dapat menentukan kesuksesan perusahaan tersebut yang nantinya akan dapat mempertahankan eksistensinya dari persaingan global maupun meningkatkan kinerja perusahaan, sehingga berpengaruh terhadap pembentukan citra perusahaan.

Citra perusahaan menurut Argenti merupakan cerminan dari identitas sebuah perusahaan, terbentuk dari bagaimana sudut pandang publik melihat perusahaan tersebut (Argenti, 2010: 93). Pembentukan citra agar bernilai positif harus dilakukan, karena merupakan salah satu asset penting dari suatu perusahaan. Salah satu langkah yang dapat ditempuh adalah dengan menjalankan aktivitas CSR. Aktivitas CSR ini diakui banyak kalangan bermanfaat untuk masyarakat dan dapat meningkatkan citra perusahaan. Perusahaan yang berupaya peduli terhadap

masyarakat dan lingkungan atas kemauannya sendiri tanpa tekanan dari masyarakat, memiliki potensi ke arah pembentukan citra perusahaan dimata masyarakat. Citra perusahaan dimata masyarakat akan mempengaruhi perkembangan perusahaan, seperti mendongkrak nilai saham, memenangkan kompetisi, dan memperoleh penghargaan (Wibisono, 2007: 83).

*Corporate Social Responsibility* menurut Elkington, bahwa jika perusahaan ingin bertahan, maka perlu memperhatikan *triple bottom line* (3P), yaitu kepedulian perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) demi kesejahteraan masyarakat (*people*) dan berpartisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan (Wibisono, 2007: 32).

CSR di Indonesia diatur dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. UU ini menegaskan bahwa CSR telah menjadi kewajiban perusahaan. Pasal 74 ayat 1 menyebutkan bahwa:

*“PT yang menjalankan usaha bidang dan atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan.”* (Suharto, 2010: 19).

Dikuatkan lagi dalam UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyebutkan bahwa:

*“Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.”* (Suharto, 2010: 20).

Implementasi CSR oleh suatu perusahaan tentunya akan memberikan manfaat yang akan dirasakan oleh perusahaan tersebut. Kotler dan Lee (2005) menyebutkan bahwa beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan melalui pelaksanaan aktivitas CSR, antara lain peningkatan penjualan dan pemasaran, memperkuat *brand positioning*, meningkatkan citra perusahaan, menurunkan biaya operasi, serta meningkatkan daya tarik perusahaan dimata para investor dan analisis keuangan (Solihin, 2011: 32). Selain bagi perusahaan, kegiatan CSR juga bermanfaat bagi masyarakat diantaranya adalah membantu meningkatkan kualitas hidup, membangun kepercayaan dan rasa saling menghormati, memperkecil konflik, terutama yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan, dan mendukung kewirausahaan lokal. Dipandang dari perspektif pembangunan, CSR menunjuk

pada kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan yang berkelanjutan, sesuai dengan kebutuhan generasi saat ini tanpa mengabaikan kebutuhan generasi masa depan (Suharto, 2010: 9).

Dari paparan tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa CSR memberikan manfaat kepada perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar dimana perusahaan dapat memperoleh penilaian positif dari kegiatan CSR tersebut. Manfaat dari CSR itu sendiri terhadap perusahaan juga bervariasi, tergantung pada sifat perusahaan bersangkutan. Oleh karena itu, beberapa literatur menunjukkan bahwa ada korelasi antara kinerja sosial atau lingkungan dengan kinerja finansial dari perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena, serta hubungan-hubungannya. Jenis penelitiannya adalah eksplanatif asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel (Kriyantono, 2010: 175).

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode korelasional, yaitu metode yang meneliti sejauh mana satu variabel berkaitan dengan variabel lain. Metode ini merupakan kelanjutan dari metode deskriptif dimana menghimpun sejumlah data kemudian menyusunnya secara sistematis, faktual, dan cermat.

Populasi yang digunakan adalah masyarakat Desa Banyuwangi, kecamatan Bandongan, kabupaten Magelang. Kemudian dari populasi yang diambil sampel dengan menggunakan teknik *cluster random sampling*, sehingga memperoleh jumlah 105 sampel perwakilan masyarakat Desa Banyuwangi.

Variabel yang digunakan, yaitu implementasi *corporate social responsibility* (variabel X) dengan indikator:

- a) Kegiatan, yaitu aktivitas CSR yang dijalankan dalam berbagai kegiatan antara lain bantuan kepada masyarakat untuk peringatan hari besar keagamaan seperti Idul Fitri, penghijauan dan pembuatan taman, pembuatan saluran air, pembuatan kamar mandi umum, pembuatan

dan perbaikan jalan, pengolahan lahan persawahan bersama, serta beasiswa sekolah

- b) Intensitas, yaitu Hotel Puri Asri menjalankan CSR kepada masyarakat secara berkelanjutan
- c) Tujuan kegiatan, yaitu menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, meminimalisir kesenjangan sosial antara perusahaan dengan masyarakat, serta menjaga dan meningkatkan kualitas perusahaan

Kemudian citra perusahaan (variabel Y) dengan indikator:

- a) Pengetahuan, yaitu pengetahuan masyarakat terhadap Hotel Puri Asri
- b) Pengalaman, yaitu pengalaman masyarakat mengenai kegiatan CSR yang diberikan oleh hotel Puri Asri
- c) Perasaan, yaitu perasaan masyarakat setelah mendapatkan CSR yang diberikan oleh hotel Puri Asri
- d) Kepercayaan, yaitu kepercayaan masyarakat terhadap Hotel Puri Asri dan kegiatan CSR yang diberikan

Data diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang berbentuk data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari sumber di lapangan melalui kuisioner sebagai instrumen pengumpul data dengan objek penelitian masyarakat Desa Banyuwangi. Tiap pengukuran berisi sekumpulan indikator berupa pertanyaan. Responden diminta untuk menunjukkan persetujuan atau ketidaksetujuan pada tiap pertanyaan yang diberi skala likert empat poin dari angka 1 sampai dengan angka 4, yaitu Sangat Setuju (SS) = 4, Setuju (S) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = 1. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Hotel Puri Asri berupa profil perusahaan.

Teknik uji persyaratan analisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Peneliti menggunakan SPSS untuk menguji validitas dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah subyek uji coba

x = Skor jawaban setiap item untuk variabel X

y = Skor jawaban setiap item untuk variabel Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat Y

Sedangkan, untuk mengukur reliabilitas teknik yang digunakan adalah *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan: k = mean kuadrat antara subjek

$\sum S_i^2$  = mean kuadrat kesalahan

$S_t^2$  = varians total

Teknik analisis data menggunakan uji korelasi *product moment*, yaitu rumus koefisien korelasi untuk mencari hubungan antara dua variabel (Sugiyono, 2010: 228). Rumus koefisien korelasinya adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah subyek uji coba

x = Skor jawaban setiap item untuk variabel X

y = Skor jawaban setiap item untuk variabel Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat Y

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas menyatakan bahwa kuisisioner penelitian sudah layak digunakan sebagai instrumen penelitian, karena item pertanyaan yang digunakan valid dan reliabel.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa  $r_{hitung} 0,350 > r_{tabel} 0,176$ . Sehingga,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima atau ada hubungan positif yang signifikan antara implementasi CSR Hotel Puri Asri dengan citra perusahaan. Artinya, bahwa semakin baik implementasi CSR, akan semakin baik pula citra perusahaan.

Hasil yang ditunjukkan oleh variabel implementasi CSR, nilai mean tertinggi terdapat pada aspek kegiatan CSR, sedangkan nilai mean terendah pada aspek intensitas. Artinya, kegiatan CSR Hotel Puri Asri sudah cukup memenuhi harapan masyarakat, sedangkan intensitasnya masih kurang.

Pada variabel citra perusahaan, aspek pengetahuan dan perasaan memperoleh nilai mean tertinggi, sedangkan aspek pengalaman memperoleh nilai mean terendah. Artinya, citra yang diperoleh dari aspek pengetahuan dan perasaan masyarakat sudah cukup baik, sedangkan aspek pengalaman belum cukup baik.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Hubungan Implementasi CSR Hotel Puri Asri dengan Citra Perusahaan, kesimpulan yang diperoleh adalah hasil analisis data menggunakan korelasi *pearson product moment* menunjukkan koefisien korelasi positif sebesar  $r_{hitung} 0,350 > r_{tabel} 0,176$ . Artinya, ada hubungan positif antara variabel X dengan variabel Y. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah  $< 0,05$  yaitu 0,000 berarti terdapat korelasi yang signifikan antara kedua variabel. Hal ini menunjukkan, bahwa semakin baik implementasi CSR, maka akan semakin baik pula citra perusahaan. Pendapat responden mengenai implementasi CSR yang memperoleh nilai mean tertinggi adalah aspek kegiatan CSR. Artinya, kegiatan CSR Hotel Puri Asri sudah cukup baik dan sudah cukup memenuhi harapan masyarakat. Sedangkan mengenai citra perusahaan aspek pengetahuan dan perasaan yang memperoleh nilai mean tertinggi. Artinya, citra yang diperoleh dari aspek pengetahuan dan perasaan masyarakat sudah cukup baik dan sudah cukup memenuhi harapan masyarakat.

Rekomendasi yang dapat diberikan dalam bidang praktis antara lain:

- a) Pendapat responden mengenai intensitas CSR yang merupakan indikator dari implementasi CSR Hotel Puri Asri terhadap masyarakat dan lingkungan memperoleh nilai mean terendah, sehingga dapat dikatakan belum memenuhi harapan masyarakat. Oleh karena itu, diharapkan Hotel Puri Asri meningkatkan intensitas aktivitas CSR terhadap masyarakat dan lingkungan.
- b) Aspek pengalaman yang merupakan indikator dari citra perusahaan di mata masyarakat memperoleh nilai mean terendah, sehingga dapat dikatakan citra yang diperoleh dari aspek pengalaman masyarakat tidak baik dan belum cukup memberikan pengalaman bagi masyarakat. Oleh karena itu, diharapkan Hotel Puri Asri lebih banyak memberikan CSR dalam bentuk pelatihan guna memberikan keahlian bagi masyarakat. Dapat juga dengan menjalin kerjasama dalam usaha baru yang lebih bervariasi.

Sedangkan, dalam bidang akademis, antara lain:

- a) Bagi penelitian yang akan datang dapat membuat penetapan sampel dengan kelonggaran ketidaktelitian sebesar 5%.
- b) Peneliti yang akan datang juga dapat melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengukur pengaruh implementasi CSR terhadap citra perusahaan dengan melakukan analisis regresi atau dengan melakukan studi evaluatif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **A. Buku**

- Argenti, Paul. 2010. *Komunikasi Korporat*, terj. Putri Aila Idris. Jakarta: Salemba Humanika.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, PR, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Pace, Wayne dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. Deddy Mulyana, Engkus Kuswarno, dan Gembirasari. Bandung: Remaja Rosdakarya.

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

Solihin, Ismail. 2011. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Suharto, Edi. 2010. *CSR & COMDEV Investasi Kreatif Perusahaan di Era Globalisasi*. Bandung: Alfabeta.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.

## **B. Non Buku**

*Corporate Social Responsibility dan Citra Perusahaan (Studi Korelasional Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan PT. Toba Pulp Lestari, Tbk Pada Masyarakat di Kecamatan Parmaksian Toba Samosir)*. Disusun oleh Astri Christina S. Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan. 2011.

Dokumen Upaya Pengelolaan Lingkungan dan Upaya Pemantauan Lingkungan Hotel Puri Asri 2007.

Dokumen Rencana Penataan Pemukiman Desa Banyuwangi, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang 2010.

Pemerintah Kota Magelang. [Http://www.magelangkota.go.id](http://www.magelangkota.go.id) (diakses pada Kamis, tanggal 5 Juli 2012).