

IMPLEMENTASI CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN DI PT. XXX

Nikma Yucha¹, Putri Anggraini², Siti Mahmudah³

Universitas Maarif Hasyim Latif^{1,2,3}
Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia

Email : nikma@dosen.umaha.ac.id, anggrainip867@gmail.com,
siti_mahmudah@dosen.umaha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *implementasi corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan di PT. Santos Jaya Abadi. Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat di tiga wilayah yaitu desa Sambibulu, Bringinbendo, dan Gilang disekitar PT. Santos Jaya Abadi berdiri dengan populasi sebesar 1.265 orang. Metode pengumpulan data sampel dengan *simple sampling random* yang berarti pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dengan tidak memperhatikan strata atau tingkatan anggota populasi. Dengan menggunakan rumus *slovin*, maka data yang diperoleh sebanyak 93 populasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25.0 *for windows*. Menurut hasil data yang diperoleh dari aspek ekonomi tidak memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi. Aspek sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi. Aspek lingkungan positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi. Secara bersama-sama ketiga aspek memiliki kontribusi sebesar 63,5% terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi.

Kata Kunci : aspek ekonomi, aspek sosial, aspek lingkungan, citra perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of the implementation of corporate social responsibility on corporate image at PT. Santos Jaya Abadi. This research was conducted on communities in three areas, namely the villages of Sambibulu, Bringinbendo, and Gilang around PT. Santos Jaya Abadi stands with a population of 1,265 people. The method of collecting sample data is simple random sampling, which means that the sample is taken randomly without paying attention to the strata or levels of population members. By using the formula slovin, the data obtained were 93 populations. The analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS 25.0 for windows program. Based on the results of the data analysis obtained that the economic aspect does not have a positive and significant effect on the company image of PT. Santos Jaya Abadi. The social aspect has no positive and significant effect on the corporate image of PT. Santos Jaya Abadi. Environmental aspects are positive and significant to the corporate image of PT. Santos Jaya Abadi. Simultaneously, the three aspects contributed 63.5% to the corporate image of PT. Santos Jaya Abadi.

Keywords : economic aspects, social aspects, environmental aspects, corporate image

PENDAHULUAN

Citra Perusahaan merupakan suatu bentuk dari gambaran atau tanggapan publik kepada sebuah instansi terkait yang berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur dan produk yang dihasilkan serta opini masyarakat. Citra ini sangat mempengaruhi semua aspek perusahaan. Citra yang baik dapat terbentuk dari kreativitas dan usaha keras perusahaan (Hariana, 2020). Faktor citra perusahaan sendiri adalah kegiatan ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau bisa diartikan juga dengan kewajiban social kepada *stakeholder*, masyarakat, komunitas, dan lingkungan.

Program CSR bukan hanya untuk mencari keuntungan perusahaan, melainkan untuk menjaga keharmonisan dengan lingkungan sosial disekitarnya. Begitu juga dengan halnya hanya menunjukkan kepedulian terhadap social serta lingkungan, yang diharapkan menjadi dukungan wujudnya pembangunan berkelanjutan guna menyeimbangkan dari segi aspek ekonomi, social, lingkungan, pendidikan dengan moralitas yang tinggi.

(Arif & Ekasari, 2020) menyatakan aspek ekonomi sering kali salah diartikan menjadi sebuah masalah keuangan suatu perusahaan yang implementasinya lebih mudah. Aspek ekonomi dapat dilihat dari seberapa besar dampak yang ditimbulkannya, dampak tersebut bisa saja secara langsung atau tidak langsung terhadap suatu perusahaan dan sekitarnya.

Perusahaan menyadari bahwa pentingnya peranan dalam meningkatkan citra perusahaan dengan adanya dukungan dari masyarakat sekitar. Husni dan Wijaya (2015) mengatakan aspek social dapat memberikan pengaruh positif. Melindungi lingkungan juga merupakan tanggung jawab yang harus diperhatikan juga oleh perusahaan. Secara tidak langsung aspek ekonomi, aspek social, dan aspek lingkungan dapat membangun opini positif terhadap citra perusahaan.

PT. Santos Jaya Abadi bertempat di tiga wilayah desa yaitu Desa Sambibulu,

Gilang, dan Bringinbendo. Sebagai industry yang menyediakan atau memproduksi suatu kebutuhan pokok, secara tidak langsung perusahaan ini harus melakukan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar. Made Aryawan (2017) menyatakan bahwa aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap sebuah citra perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

PEMASARAN

(Yucha et al., 2020) berpendapat bahwa arti dari pemasaran merupakan proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pemasaran merupakan faktor penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

TUJUAN PEMASARAN

1. Memberikan suatu informasi atau menawarkan kepada pelanggan suatu produk dan jasa. Memberikan informasi diharapkan dapat menaikkan angka penjualan dari perusahaan tersebut.
2. Pembelian, konsumen akan melakukan pembelian apabila sebuah produk atau jasa tersebut layak untuk digunakan. Jika dalam pembelian konsumen merasa puas, maka konsumen akan melakukan pembelian kembali dan menjadi pelanggan setia dari sebuah produk atau jasa.
3. Terciptanya sebuah lapangan pekerjaan baru dan tenaga kerja tidak langsung untuk memasarkan suatu produk atau jasa.
4. Menciptakan atau merefreshing produk lama yang telah banyak peminat sehingga pelanggan tetap menyukai produk tersebut.

CITRA PERUSAHAAN

Pengertian dari citra perusahaan atau *corporate image* tersebut adalah opini yang melekat pada masyarakat umum mengenai suatu bentuk dari badan usaha,

komunitas, organisasi yang menimbulkan dampak positif, dan dampak negatif. Bill Canton (2012) citra perusahaan adalah sebuah kesan, perasaan, gambaran dari masyarakat atau publik terhadap perusahaan dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Menurut Untung (2014), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah salah satu kewajiban bagi sebuah perusahaan mengenai kepedulian sosial dan lingkungan. CSR dapat diartikan sebagai konsep tanggung jawab kepada konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan yang meliputi dari semua operasional perusahaan.

Pemerintah telah mengatur kebijakan tentang tanggung jawab sosial. Pada Pasal 74 ayat 1 UU Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas yang salah satu pasalnya mengatur kewajiban "Perseroan Terbatas (PT) yang menjalankan usahanya dibidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)".

MANFAAT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Adapun beberapa manfaat CSR adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan reputasi sebuah perusahaan
- b. Meningkatkan kepercayaan masyarakat atau konsumen terhadap citra perusahaan.
- c. Mengurangi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan
- e. Pemberdayaan sumber daya manusia yang berkualitas
- f. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal (*capital*)
- g. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis
- h. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*)

ASPEK EKONOMI

Aspek ekonomi meliputi dampak ekonomi yang ditimbulkan dari perusahaan

secara langsung atau tidak langsung. Aspek ekonomi juga sering disalah artikan sebagai neraca/keuangan perusahaan. Aspek ekonomi adalah sebuah kinerja ekonomi perusahaan yang harus memperhatikan masyarakat sekitar guna meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga dengan adanya dampak perekonomian yang baik dari masyarakat akan menambah penghasilan bagi perusahaan.

ASPEK SOSIAL

Aspek sosial harus dimiliki oleh setiap perusahaan aspek ini berarti kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitar yang ditujukan untuk kemakmuran tempat operasional perusahaan. Aspek sosial biasanya dilakukan perusahaan sebagai pendekatan social terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

ASPEK LINGKUNGAN

Madikanto (2014:149) aspek lingkungan adalah komitmen yang harus dijalankan oleh industri agar lingkungan tempat operasional memiliki dampak yang baik untuk masyarakat sekitar. Perusahaan harus menyadari dampak yang ditimbulkan akibat kegiatan tersebut secara langsung atau tidak langsung terhadap lingkungan sekitar, perusahaan yang baik dan peduli akan lingkungan sekitarnya dapat dilihat melalui bagaimana cara perusahaan mengelola limbah yang dihasilkan.

HIPOTESIS

H1: Diduga aspek ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi
H2: Diduga aspek sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi
H3: Diduga aspek lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi
H4: Diduga aspek ekonomi, sosial, lingkungan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap citra perusahaan PT. Santos Jaya Abadi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasi sebesar 1.265 orang. Metode pengumpulan data sampel dengan *simple sampling random*. Dengan menggunakan rumus *slovin*, maka data yang diperoleh sebanyak 93 populasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda

DEFINISI OPERASIONAL PENELITIAN

1. Aspek Ekonomi (X1) adalah kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk komitmen untuk kesejahteraan masyarakat Indikator Aspek Ekonomi adalah sebagai berikut:

- a. *Product* (Produk)
- b. *Service* (Pelayanan)
- c. *Avoiding Actions that Damage Trust* (Menghindari Tindakan yang Dapat Merusak Kepercayaan).

2. Aspek Sosial (X2) adalah dampak yang ditimbulkan dari perusahaan, terhadap bidang pendidikan, kesehatan, dan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Indikator Aspek Sosial adalah sebagai berikut:

- a. *Welfare* (Kesejahteraan)
- b. *Health* (Kesehatan)
- c. *Safety* (Keselamatan)

3. Aspek Lingkungan (X3) adalah kegiatan perusahaan mewujudkan kawasan yang sehat serta dapat menyediakan sarana prasarana untuk memelihara kawasan dari limbah serta polusi yang ditimbulkan. Indikator Aspek Lingkungan sebagai berikut:

- a. *Waste Managements* (Pengelolaan Sampah)
- b. *Producing Environment Friendly Product* (Produk Ramah Lingkungan)
- c. *Environmental quality* (Kualitas Lingkungan)

4. Citra Perusahaan (Y) adalah asset perusahaan yang terpenting untuk membangun kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder*.

Indikator Citra Perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. *Moralities* (Moralitas)

- b. *Managements* (Manajemen)
- c. *Performance* (Kinerja)
- d. *Service* (Pelayanan)

ANALISA DAN PEMBAHASAN

a. Jenis kelamin : Perempuan, Laki-laki

Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 47 orang (50.5 %),sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 46 orang (49.5%). Dapat dipastikan jika keseluruhan responden adalah berjenis laki-laki dengan presentase 50.5%

b. Usia : 17-25, 26-35, 36-50

Responden dengan usia 17-25 tahun sebanyak 53 orang (57%), usia 26-35 tahun sebanyak 31 orang (33.3%), sedangkan usia 36-50 tahun adalah sebanyak 9 orang (9.7%). Diketahui bahwa pemilih pernyataan sebageian besar yang berumur 17-25 tahun mendapatkan presentase 57%.

UJI VALIDASI

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa valid jawaban responden terhadap isi kuisioner. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. Di katakan validitas adalah apabila nilai korelasi $r_{hitung} > r_{tabel}$. r_{tabel} di dapat dari *degree of Freedom* (df) = N – 2, dalam hal ini N adalah jumlah Sampel yang di gunakan 93-2 = 91 dengan df = 91 dan Alpha 0,05.

Tabel 1 Uji Validasi Aspek Ekonomi

No	Butir Instrumen	Nilai Korelasi {Pearson Correlation}	Probabilitas Korelasi {Sig. (2.Tailed)}	Keterangan
1	Produk	0.810	0.00	Valid
2	Pelayanan	0.862	0.00	Valid
3	Menghindari Tindakan yang Dapat Merusak Kepercayaan	0.857	0.00	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Hasil table menunjukkan uji validasi dari variable kompensasi dikatakan valid.dengan dibuktikan adanya setiap nilai korelasi pada indicator- indicator variable Aspek Ekonomi diperoleh melebihi rtabel sebesar 1.665.

Tabel 2 Uji Validasi Variabel Aspek Sosial

No	Butir Instrumen	Nilai Korelasi {Pearson Correlation}	Probabilitas Korelasi {Sig. (2.Tailed)}	Keterangan
1	Kesejahteraan	0.841	0.00	Valid
2	Kesehatan	0.792	0.00	Valid
3	Keselamatan	0.773	0.00	Valid

Table diatas menunjukkan bahwa uji validasi dari variable kompensasi dikatakan valid. Dibuktikan dengan adanya semua nilai korelasi dari setiap indicator- indicator variable Aspek Sosial diperoleh melebihi rtabel sebesar 1.665 (distribusi nilai rtabel product moment) dan nilai probabilitas 0.000.

Tabel 3 Uji Validasi Aspek Lingkungan

No	Butir Instrumen	Nilai Korelasi {Pearson Correlation}	Probabilitas Korelasi {Sig. (2.Tailed)}	Keterangan
1	Pengelolaan Sampah	0.636	0.00	Valid
2	Produk Ramah Lingkungan	0.725	0.00	Valid
3	Kualitas Lingkungan	0.703	0.00	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Table tersebut membuktikan uji validasi dari variable kompensasi dikatakan valid. Membuktikan dengan adanya nilai-nilai korelasi disetiap indicator- indicator variable Aspek Lingkungan diperoleh melebihi rtabel sebesar 1.665 (distribusi

nilai rtabel product moment) dan nilai probabilitas 0.000.

Tabel 4 Uji Validasi Citra Perusahaan

Dilihat dari table diatas uji validasi dari variable kompensasi dikatakan valid. Menunjukkan dengan adanya setiap nilai korelasi yang ada di indicator- indicator variable Citra Perusahaan diperoleh melebihi rtabel sebesar 1.665 (distribusi nilai rtabel product moment) dan nilai probabilitas 0.000.

UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas di lakukan sebagai cara memahami konsistensi dari jawaban responden dengan maksud item pernyataan sehingga mampu memberikan sumbangsih nilai kepada model penelitian. Menurut Ghozali (2011:45) reliabilitas merupakan tolak ukur dari suatu kuisisioner indikator variable. Variable dinyatakan realible apabila memberikan nilai Croncbach's Alpha>0,60.

Tabel 5. Reliability Statistics

Cronsbach's	N of Items
0.879	4

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Hasil table, menunjukkan keempat variabel secara simultan memiliki nilai Cronbach's alpha 0,879 yang berarti lebih besar dari 0,60.

Tabel 6 Item-total Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha of Item Deleted	Cronbach's Alpha yang Disyarakan	Keterangan
Aspek Ekonomi (X1)	0.839	0.6	Reliable
Aspek Sosial (X2)	0.866	0.6	Reliable
Aspek Lingkungan (X3)	0.828	0.6	Reliable
Citra Perusahaan (Y)	0.844	0.6	Reliable

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dijelaskan pada tabel tersebut secara persial variable Aspek Ekonomi Aspek

Sosial, Aspek Lingkungan, dan Citra ternyata diperoleh bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. maka, nilai tersebut dapat memenuhi syarat yang telah diberikan yaitu nilai output SPSS lebih besar dibandingkan nilai tabel statistik, jadi, kesimpulannya bahwa hasil uji reliabilitas kepada seluruh variable adalah reliable.

**UJI ASUMSI KLASIK
REGRESI LINIER BERGANDA**

Analisis regresi linier berganda dimanfaatkan untuk menggambarkan garis yang menunjukkan arah hubungan antar variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi.

Tabel 7. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.770	1.062		3.548	0.001
Aspek Ekonomi (X1)	0.163	0.122	0.133	1.330	0.187
Aspek Sosial (X2)	0.109	0.101	0.98	1.073	0.286
Aspek Lingkungan (X3)	0.752	0,103	0.636	7.275	0.00

$$Y = 3,770 + 0,163X1 + 0,109X2 + 0,752X3 + e$$

Berdasarkan hasil diatas disimpulkan bahwa variable bebas dari variable terikat yaitu, Aspek Ekonomi (X1) sebanyak 0,163, Aspek Sosial (X2) sebanyak 0,109 dan Aspek Lingkungan (X3) sebanyak 0,752

**UJI HIPOTESIS
UJI T (PARSIAL)**

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria untuk menentukan uji t ini yaitu jika nilai signifikansi dari masing – masing variabel independen $< 0,05$ atau

bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ jadi variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

Tabel 8. Uji T (parsial)

Model	Standardized Coefficients	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1 (Constant)		3.548	1.665	0.001
Aspek Ekonomi (X1)	0.133	1.330	1.665	0.187
Aspek Sosial (X2)	0.98	1.073	1.665	0.286
Aspek Lingkungan (X3)	0.636	7.275	1.665	0.00

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan signifikan variabel independen kepada variabel dependen. Berikut penjelasan secara parsial yang terdapat pada setiap variabel penelitian:

1. Variabel Aspek Ekonomi (X1)

Dalam hal ini aspek ekonomi memiliki nilai t_{hitung} 1,330 dan t_{tabel} 1,665 yang berarti hasil uji $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang dihasilkan sebanyak 0,187 artinya lebih besar dari 0,05 ($0,187 > 0,05$), maka bisa dijelaskan bahwa aspek ekonomi (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Variabel Aspek Sosial (X2)

Dalam hal ini variabel aspek sosial memiliki nilai t_{hitung} 1,073 dan t_{tabel} 1,665 yang berarti hasil uji $t_{hitung} < t_{tabel}$, nilai signifikan sebanyak 0,286 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,286 > 0,05$), bisa dijelaskan bahwa aspek sosial (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan. Sehingga H_0 diterima, H_a ditolak.

3. Variabel Aspek Lingkungan (X3)

Dalam hal ini variabel aspek lingkungan memiliki nilai t_{hitung} 7,275 dan t_{tabel} 1,665 yang berarti hasil uji $t_{hitung} > t_{tabel}$, nilai signifikan sebanyak 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), maka dijelaskan bahwa aspek lingkungan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Analisa diatas menunjukkan aspek ekonomi dan aspek sosial perlu dievaluasi kembali dan apa yang menyebabkan tidak

berpengaruh terhadap citra perusahaan. Sedangkan untuk aspek lingkungan perlu ditingkatkan untuk meningkatkan citra perusahaan.

UJI F (SIMULTAN)

Uji simultan adalah tindakan yang dilakukan untuk menguji setiap variabel independen yang berpengaruh kepada variabel dependen. Uji simultan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dampak dari aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang berpengaruh terhadap citra perusahaan. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil output SPSS dengan F_{tabel} . F_{hitung} harus mempunyai nilai lebih besar dari nilai F_{tabel} . Bila F_{hitung} dari output SPSS menunjukkan $> F_{tabel}$ statistik dengan $df_1 = k - 1, df_2 = n - k$ dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 9. Uji F (Simultan)

Model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	121.401 69.717 191.118	3 89 92	40.467 783	51.60 0	,000 b
Residual Total					

UJI KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). apabila R^2 semakin besar (mendekati satu), bisa disimpulkan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Penelitian yang digunakan semakin kuat dapat menegaskan keeratan variabel independen terhadap variabel dependen sebagaimana sebaliknya.

Tabel 10. Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error
-------	---	----------	-------------------	------------

		Square	R Square	of the estimate
1	0,797 ^a	0,635	0,623	0,885

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Variabel independen aspek ekonomi secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan sebanyak nilai t_{hitung} adalah $1,330 < t_{tabel}$ sebesar 1,665. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Variabel aspek sosial juga tidak memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan sebanyak nilai t_{hitung} $1,073 < t_{tabel}$ 1,665. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Variabel aspek lingkungan memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan sebanyak nilai t_{hitung} 7,275 dan t_{tabel} 1,665. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Variabel independen yaitu aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan memberikan hasil hipotesis secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen citra perusahaan. Dikatakan signifikan karena nilai F_{hitung} . Mempunyai selisih yang jauh dengan F_{tabel} . Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} 51,600 $> F_{tabel}$ sebesar 2,71, sehingga H_0 ditolak atau H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis membuktikan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan secara bersama-sama terhadap citra perusahaan bisa diterima dan teruji statistik.

SARAN

1. Melihat hasil analisis secara keseluruhan, dan dampak yang paling dominan adalah aspek lingkungan, oleh karena itu hendaknya perusahaan lebih meningkatkan kembali dari sisi aspek ekonomi dan aspek social sehingga citra perusahaan dapat meningkat.
2. Bagi peneliti lain hendaknya melakukan penelitian lanjutan dengan menambahkan variable lain diluar variable yang diteliti untuk mengetahui factor-faktor lain yang mempengaruhi citra perusahaan. karena hasil penelitian aspek ekonomi, aspek social, aspek lingkungan memberikan kontribusi sebesar 63,5% sehingga perlu dicari factor lain yang mempengaruhi citra perusahaan diluar

aspek ekonomi, aspek social dan aspek lingkungan.

3. Bagi peneliti lain juga diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini, sehinggailmu pengetahuan tentang pemasaran dapat dikembangkan apabila ada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 139–146.
- Hariana, F. (2020). Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J & T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. *IQTISHADequity*, 2(2), 92–102.
- Yucha, N., Setiawan, S., Muttaqin, N., Ekasari, R., & Mauladi, K. F. (2020). *Digital Payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia*. 7(10), 323–328.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.323>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 139–146.
- Hariana, F. (2020). Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J & T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. *IQTISHADequity*, 2(2), 92–102.
- Yucha, N., Setiawan, S., Muttaqin, N., Ekasari, R., & Mauladi, K. F. (2020). *Digital Payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia*. 7(10), 323–328.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.323>
- Aryawan, M., Rahyuda, I. K., & Ekawati, N. W. (2017). PENGARUH FAKTOR CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (ASPEK SOSIAL , Elkington, J. (1999). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line Twentieth Century Business. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line Twentieth Century Business*, 20.
- Kusumah, A., & Sailawati. (2020). Jurnal Eksis ISSN : 0216-6437 ISSN 2722-9327 (online) Jurnal Eksis. *Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah*, 16(1), 97–105.
- Lindawati, A. S. L., & Puspita, M. E. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Citra Perusahaan PT . Bank Danamon Indonesia Tbk. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 157–174.
- Mulyadi, Rosalina, D., Makmur, & Nurdin, S. (2019). Jurnal akuntansi multi dimensi. *Jurnal Akuntansi Multi Dimensi (Jamdi)*, 2(2), 142–148.
- Pratama, darma putra. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen di RSUD Lawang. *JAB Jurnal Aplikasi Bisnis , E-ISSN : 2407-5523*, 4(1), 185–189.
<http://jab.polinema.ac.id/index.php/jab/article/view/197>
- Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 139–146.
- Hariana, F. (2020). Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J & T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. *IQTISHADequity*, 2(2), 92–102.
- Yucha, N., Setiawan, S., Muttaqin, N., Ekasari, R., & Mauladi, K. F. (2020). *Digital Payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia*. 7(10), 323–328.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.323>

EKONOMI , DAN LINGKUNGAN)
TERHADAP CITRA Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali ,
Indonesia Konsep corporate social
responsibility (CSR) menurut Bank Dunia
adalah. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2),
604–633

Arif, D., & Ekasari, R. (2020). Pengaruh
Kualitas Pelayanan, Harga, dan
Suasana Cafe Terhadap Kepuasan
Konsumen. *Jurnal Ecopreneur.12
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2),
139–146.

Hariana, F. (2020). Perusahaan Terhadap
Keunggulan Bersaing J & T Express Di
Kecamatan Taman Sidoarjo.
IQTISHADequity, 2(2), 92–102.

Yucha, N., Setiawan, S., Muttaqin, N.,
Ekasari, R., & Mauladi, K. F. (2020).
*Digital Payment System Analysis of
Buying Decision in Indonesia*. 7(10),
323–328.
[https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol
7.n10.323](https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.323)