

Hubungan Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* dengan Citra Perusahaan (Kasus: Program CSR PT. Indonesia Asahan Aluminium, Kuala Tanjung, Provinsi Sumatera Utara)

The Relationship between *Effectiveness of Corporate Social Responsibility (CSR) Programs with Company's Image* (Case: CSR Program of PT. Indonesian Asahan Aluminium, Kuala Tanjung, North Sumatra Province)

Yumnaa Rifqi Simanjuntak^{*}, Sofyan Sjaf

Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Dramaga, Bogor, 16680, Indonesia

^{*}E-mail korespondensi: yumnarifqi@gmail.com

Diterima: xxxx | Disetujui: xxxxx | Publikasi online: xxxxxx

ABSTRACT

Law Number 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies in article 74 regulates the company's responsibility to the social and environmental environment as a result of the implementation of company activities. Through the implementation of the CSR program, the company hopes to bring a positive corporate image from the community. The process of implementing the CSR program must continue to be evaluated to see how effectively the CSR program is implemented in order to achieve the objectives of the program. This study aims to see the relationship between the effectiveness of CSR programs with the corporate image of PT. Inalum. The method used is a quantitative method supported by qualitative data. Quantitative data was obtained through questionnaires and qualitative data was obtained through in-depth interviews using interview guides and field observations. The technique in determining the research respondents used the census method as many as 39 respondents. The results showed that the effectiveness of the program implemented by PT. Inalum is in the very effective category and is in line with the corporate image accepted by PT. Inalum is in a very positive category, but the relationship between the two variables is weak. The correlation coefficient value obtained is 0.093 with a sig (2-Tailed) value of 0.572. This means that there are other factors that affect the corporate image of PT. Inalum can be very positive.

Kata kunci: *Company image, CSR, Effectiveness*

ABSTRAK

UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 74 mengatur tanggung jawab perusahaan dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup akibat dari pelaksanaan kegiatan perusahaan. Melalui pelaksanaan program CSR perusahaan berharap akan mendatangkan citra perusahaan yang positif dari masyarakat. Proses pelaksanaan program CSR harus terus dievaluasi untuk melihat seberapa efektif dilaksanakannya program CSR tersebut agar tercapainya tujuan dari program tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara efektivitas program CSR dengan citra perusahaan PT. Inalum. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif yang didukung oleh data kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner dan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam menggunakan panduan wawancara serta observasi lapang. Teknik dalam penentuan responden penelitian menggunakan metode sensus sebanyak 39 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas program yang dilaksanakan oleh PT. Inalum berada pada kategori sangat efektif dan selaras dengan citra perusahaan yang diterima PT. Inalum berada pada kategori yang sangat positif, namun hubungan diantara kedua variabel tersebut lemah. Nilai korelasi koefisien yang didapat yaitu 0,093 dengan nilai sig (2-Tailed) 0.572. Hal ini memiliki arti bahwasannya ada faktor lain yang mempengaruhi citra perusahaan PT. Inalum bisa menjadi sangat positif.

Kata kunci: Citra Perusahaan, CSR, Efektivitas



Content from this work may be used under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI.

PENDAHULUAN

Pelaksanaan CSR di Indonesia telah diatur di dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 74 ayat (1),(2),(3),(4), yang mengatur tanggung jawab perusahaan dengan lingkungan sosial dan lingkungan hidup akibat dari pelaksanaan kegiatan perusahaan. Peraturan lain yang ikut menegaskan ialah Peraturan Pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas. Namun, UU dan Peraturan Pemerintah ini belum mengatur secara rinci pelaksanaan CSR di Indonesia, sehingga banyak perusahaan melaksanakan CSR secara tidak berkelanjutan dan akuntabel apalagi transparansi.

Sebagian besar perusahaan menggunakan CSR hanya sebagai *marketing gimmick* untuk melakukan *corporate greenwashing* atau pengelabuan citra perusahaan belaka. Menurut Wibisono (2007), setiap perusahaan memiliki cara pandang yang berbeda terhadap CSR, dan cara pandang inilah yang bisa dijadikan indikator kesungguhan perusahaan tersebut dalam melaksanakan CSR atau hanya sekedar membuat pencitraan di masyarakat.

Soemirat dan Ardianto (2008) berpandangan bahwa citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalaman seseorang mengenai fakta-fakta. Definisi tersebut menyatakan bahwa citra perusahaan diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dirasakan oleh *stakeholders* terkait program-program yang dijalankan oleh perusahaan. Picton dan Broderick (2001) mengemukakan 6 faktor utama untuk mengukur citra perusahaan. Keenam faktor tersebut antara lain: 1) Dinamis: menjadi pelopor, menarik perhatian, dan berorientasi pada tujuan, 2) Bekerja sama: ramah, sangat disukai, menjalin relasi dengan orang lain, 3) Bisnis: bijak, cerdas, persuasif, terorganisir dengan baik. 4) Karakter: beretika, reputasi baik dan terhormat, 5) Keberhasilan: kinerja keuangan, kepercayaan diri, 6) Menahan diri: ketat, menjaga rahasia dan berhati-hati.

Citra dalam sebuah perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif. Citra positif dapat digunakan sebagai pelindung terhadap kesalahan kecil, sedangkan citra negatif dapat memperbesar kesalahan tersebut. Sutojo (2004) menyatakan bahwa citra menggambarkan pengalaman dan harapan konsumen atas kualitas pelayanan perusahaan dan citra mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal, dimana citra perusahaan yang kurang jelas dan nyata dapat mempengaruhi sikap karyawan.

Pelaksanaan program CSR harus dilakukan dengan efektif agar mendapatkan hasil yang telah diperkirakan, sesuai dengan Aprillita (2019) yang mengatakan efektivitas adalah setiap kegiatan yang dilaksanakan secara optimal dan dapat mencapai hasil yang telah ditetapkan. Nurdiana (2008) juga mengemukakan bahwa pelaksanaan CSR merupakan pelaksanaan program-program aktivitas CSR yang telah dibuat dan direncanakan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan dan masyarakat. Pelaksanaan Program CSR akan mudah terwujud jika ada indikator yang mendukung pelaksanaan pemberdayaan masyarakat yaitu; 1) Indikator evaluasi dan *monitoring* program, 2) Daya tanggap perusahaan, dan 3) Konsistensi program.

Hasil yang ditetapkan berupa keuntungan baik bagi perusahaan ataupun untuk masyarakat. Bagi perusahaan keuntungan yang dimaksud bisa berupa profit ataupun citra positif yang diterima perusahaan. Kita dapat menyimpulkan apabila sebuah program CSR dapat dilakukan dengan efektif maka akan berdampak kepada bantuan yang diterima masyarakat dan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Didukung oleh penelitian yang dilakukan Anasrul *et al.* (2018) program CSR tidak hanya memberikan bantuan kepada masyarakat namun juga dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan berupa citra positif, terbukti dari efektif dan baiknya pengelolaan program CSR itu sendiri yang memberikan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan pemberi bantuan (program CSR)

Setiap perusahaan, tidak terkecuali perusahaan milik pemerintah (BUMN), selain memerhatikan hubungan dengan masyarakat sekitar juga harus memiliki indikator keberhasilan. Indikator keberhasilan inilah yang bertujuan untuk mengevaluasi pelaksanaan program CSR. Indikator keberhasilan tersebut dapat diukur melalui efektivitas program. Efektivitas program harus seimbang dengan peran serta masyarakat yang akan bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan citra perusahaan tersebut.

Terlaksananya program CSR yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengatasi permasalahan sosial yang ada.

Berdasarkan beberapa hal diatas, sebenarnya yang menjadi urgensi dari penelitian ini adalah PT. INALUM (BUMN) yang menjadi perusahaan negara sudah mengikuti peraturan atau regulasi dari pemerintah dalam melaksanakan program CSR namun apakah program CSR yang dilakukan oleh PT. INALUM tersebut sudah efektif dan ketika program CSR itu sudah efektif, apakah PT. INALUM mendapatkan keuntungan berupa citra perusahaan dari efektifnya program CSR tersebut. Seperti yang kita ketahui banyak dilapangan perusahaan hanya melakukan CSR seadanya dan tidak dengan sungguh – sungguh. Harusnya perusahaan milik negara (BUMN) bisa menjadi contoh bagi perusahaan-perusahaan lainya (swasta). Oleh karena itu, menarik untuk dibahas; 1) **bagaimana efektivitas program CSR PT. INALUM?**, 2) **bagaimana citra perusahaan PT. INALUM?**, dan 3) **bagaimana hubungan antara efektivitas program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. INALUM dengan citra perusahaan?**

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat *explanatory research*, yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa yang menggunakan teknik survei dan wawancara mendalam terhadap informan untuk mendapatkan data kualitatif. Hasil uraian dijelaskan melalui deskripsi namun fokus terhadap hubungan antar variabel untuk menguji hipotesa.

Metode lapang yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang didukung dengan data kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan metode kuantitatif adalah pendekatan sensus. Data kualitatif diperoleh dengan cara melakukan wawancara mendalam berdasarkan panduan wawancara kepada informan yang ditentukan. Data kualitatif berguna untuk menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat serta sebagai interpretasi terhadap data yang didapatkan dari pendekatan kuantitatif yang berdasarkan hasil dari analisis kuesioner.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada beberapa penerima program CSR PT INALUM, yaitu UD. Sodara, UKM Bengkel Las Sahabat ‘Andung’, D dan UKM Dewi Kuta Hidroponik di Desa Kuala Tanjung, Kecamatan Sei Suka, dan Mitra Binaan Desa Lubuk Cuik, Kecamatan Lima Puluh Pesisir, Kab. Batu Bara, Sumatera Utara. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Maret 2021. Penelitian ini meliputi pengambilan data lapang, pengolahan dan analisis data, penulisan *draft* skripsi, uji petik, sidang skripsi, dan perbaikan laporan skripsi.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung di lapangan dengan cara survei, observasi, dan wawancara dengan menggunakan instrumen kuesioner kepada responden dan wawancara mendalam kepada informan dengan menggunakan panduan pertanyaan. Kuesioner telah diuji terlebih dahulu untuk mengetahui seberapa efektif pengukuran penelitian ini di lapangan yang dilihat dari validitas dan reliabilitas. Data sekunder terkait gambaran program CSR, struktur organisasi dan lainnya dapat diperoleh dari dokumen-dokumen tertulis PT INALUM dengan kurun waktu tiga tahun terakhir serta membandingkan sasaran dari program sebagai perbandingan setiap tahunnya dan dokumen tertulis penerima CSR, serta studi literatur yang berupa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian efektivitas program CSR dan citra perusahaan. Data sekunder tersebut dapat digunakan untuk mendukung hasil yang diperoleh dari wawancara kuesioner dan wawancara mendalam.

Teknik Penentuan Responden dan Informan

Sumber data dalam penelitian ini adalah responden dan informan. Responden adalah orang yang memberikan keterangan tentang dirinya dan kegiatan yang melibatkan dirinya, sedangkan informan adalah orang yang mengetahui sesuatu hal tentang penelitian ini dan dapat memberikan keterangan atau pendapatnya yang berupa informasi yang benar dan lengkap yang mendukung topik yang diteliti. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah penerima program CSR PT. INALUM di wilayah Kuala Tanjung, Kecamatan Sei Suka dan Desa Lubuk Cuik, Kecamatan Lima Puluh, Kabupaten Batu Bara. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu. Individu yang dimaksud adalah anggota dari berbagai Mitra Binaan. Jumlah responden (sampel) sebanyak 39 responden dengan menggunakan metode sensus yang merupakan seluruh anggota populasi itu sendiri.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Data yang diperoleh pada penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif akan diperoleh dari kuesioner yang akan diolah menggunakan aplikasi *Microsoft Excel 2016* kemudian diteruskan pengolahan datanya pada aplikasi *SPSS 26.0 for windows*. Data tersebut akan dianalisis menggunakan tabel frekuensi, tabulasi silang, dan tabel korelasi yang disajikan dalam grafik atau diagram. Data korelasi diolah menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* untuk melihat hubungan antar variabel pada penelitian mengenai efektivitas program CSR apakah mempengaruhi citra perusahaan. Data kualitatif diperoleh dari jawaban informan melalui pertanyaan terstruktur, dan diolah dengan teknik deskriptif. Kemudian dianalisis berdasarkan tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Pada tahap pertama, merupakan tahap untuk pemilihan data, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan data. Tahap kedua merupakan proses penyusunan informasi yang telah diperoleh menjadi kata-kata yang dapat dipahami. Tahap terakhir yaitu tahap verifikasi data yang merupakan penarikan kesimpulan dari hasil yang telah diolah sebagai pendukung data kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Dampingan PT. Inalum

Penelitian ini dilaksanakan pada dua lokasi yang berbeda. Lokasi pertama berada di Desa Kuala Tanjung yang merupakan lokasi dari UD. Sodara, UKM Bengkel Las Sahabat 'Andung', D dan UKM Dewi Kuta Hidroponik serta lokasi kedua yaitu Desa Lubuk Cuik yang sekaligus menjadi Mitra Binaan dari PT. Inalum. Pada bab ini akan dibahas terkait kondisi geografis dan lingkungan, kondisi demografis, kondisi sarana dan prasarana, dan kondisi sosial dan budaya.

Kondisi Geografis dan Lingkungan

Desa Kuala Tanjung merupakan salah satu desa yang termasuk dalam wilayah administratif pemerintahan Kecamatan Sei Suka, Kabupaten Batu Bara, Provinsi Sumatera Utara. Terletak pada ketinggian sekitar 12 m diatas permukaan laut dengan curah hujan tahunan sekitar 1,529 mm. Secara geografis Desa Kuala Tanjung terletak pada 3°35'4,16 " LU dan 99°43'63,3" BT. Memiliki luas wilayah sekitar 715 Ha, dari luas wilayah tersebut sebanyak 225 Ha diperuntukan untuk wilayah pertanian. Sementara Desa Lubuk Cuik adalah salah satu desa yang masuk kedalam wilayah administratif pemerintahan Kecamatan Lima Puluh Pesisir, Kabupaten Batu Bara, Provinsi Sumatera Utara. Mayoritas masyarakat disini bekerja sebagai petani lebih terkhusus petani cabai. Luas wilayah Desa Lubuk Cuik sekitar 316 Ha namun sebanyak 135 Ha atau sekitar 42,7 persen luas wilayah desa dijadikan lahan pertanian.

Kondisi Demografis

Berdasarkan pada profil desa, Desa Kuala Tanjung pada tahun 2021 memiliki total penduduk 6.522 jiwa dengan pembagian jenis kelamin laki-laki 3.286 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 3.236 jiwa. Berdasarkan perbandingan jenis kelamin ini rasio jenis kelamin penduduk Desa Kuala Tanjung tahun 2021 adalah 101.5. Rumah tangga yang terdaftar di Kelurahan Desa Kuala Tanjung adalah 1.501

rumah tangga. Berdasarkan pada profil desa juga, Desa Lubuk Cuik pada tahun 2021 memiliki total penduduk 3.435 jiwa dengan pembagian jenis kelamin laki-laki 1.683 jiwa dan jenis kelamin perempuan sebanyak 1.752 jiwa. Berdasarkan perbandingan jenis kelamin ini, rasio jenis kelamin penduduk Desa Lubuk Cuik tahun 2021 adalah 96.06. Rumah tangga yang terdaftar di Kelurahan Desa adalah 785 rumah tangga.

Kondisi Sarana dan Prasarana

Perihal sarana dan prasarana untuk Desa Kuala Tanjung terkhusus dibidang pendidikan belumlah memadai sama dengan Desa Lubuk Cuik. Hanya ada fasilitas pendidikan Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar baik negeri ataupun swasta bagi memenuhi kebutuhan pendidikan masyarakat desa. Apabila ingin melanjutkan ke tingkat Sekolah Menengah Pertama ataupun Sekolah Menengah Atas harus melanjutkan ke luar desa bahkan kearah kecamatan.

Beda halnya dengan sarana dan prasarana kesehatan yang lumayan lengkap bagi Desa Kuala Tanjung yang merupakan desa dengan praktik bidan terbanyak yaitu 8 praktik bidan dan salah satu dari dua desa yang memiliki praktik dokter umum. Hal ini berbanding terbalik dengan sarana dan prasarana kesehatan yang hanya tersedia fasilitas praktik bidan bagi Desa Lubuk Cuik. Kemudian terkait sarana angkutan umum, Desa Kuala Tanjung bisa dibilang memadai. Hal ini terbukti karena adanya trayek tetap angkutan umum yang beroperasi di jam yang tetap berbeda dengan beberapa desa lainnya contohnya Desa Lubuk Cuik yang tidak memiliki sarana angkutan umum.

Kondisi Sosial dan Budaya

Awalnya masyarakat Desa Kuala Tanjung mayoritas adalah masyarakat asli yang lahir dan besar di Desa Kuala Tanjung. 6.522 Jiwa yang tinggal di Desa Kuala Tanjung terbagi menjadi 6 dusun. Hal ini lambat laun berubah seiring dengan berkembangnya salah satu perusahaan yang ada di lingkup desa. Tepatnya semenjak PT. Inalum berubah status menjadi BUMN, pendatang satu per satu mulai datang dan hidup berdampingan dengan masyarakat asli Desa Kuala Tanjung. Namun hal ini tidak terlalu memberikan efek bagi masyarakat asli karena pendatang hidup berdampingan dengan masyarakat dan menyesuaikan dengan masyarakat Desa Kuala Tanjung salah satunya terkait makanan. Pihak masyarakat juga tidak merasa cemburu dengan perusahaan yang tidak mengutamakan putra daerah sebagai karyawan tetap di perusahaan, karena masyarakat juga paham terkait kemampuan sumber daya mereka.

“...kami juga paham dek, maunya sih diutamakan pemuda sini agar bisa kerja dari pada pengangguran luntang -lantung ga jelas. Tapi kan kerja di pabrik ga semua orang bisa, sekolahnya harus tinggi, harus pintarlah pokoknya. Tapi kalo ada proyek dan butuh kontraktor, pemuda sama bapak-bapak suka daftar dek terus nanti di panggil untuk ikut pelatihan dulu...” (SR, 48 Tahun)

Terkait budaya sendiri, di Desa Kuala Tanjung sudah tidak banyak lagi adat yang dilaksanakan, yang masih berjalan seperti adat perkawinan, kelahiran, dan kematian. Masyarakat Desa Lubuk Cuik juga mayoritas adalah masyarakat asli yang lahir dan besar di Desa Lubuk Cuik. Sebanyak 3.435 Jiwa yang tinggal di Desa Lubuk Cuik semuanya adalah masyarakat asli desa yang terbagi menjadi 7 dusun.

Mayoritas masyarakat desa bekerja sebagai petani, Bagi pemuda yang tinggal di desa hanya ada dua pilihan yang mereka dapatkan yaitu merantau atau melanjutkan pekerjaan orang tua mereka. Tradisi ataupun budaya di Desa Lubuk Cuik ini juga tidaklah begitu kental seperti dulu, tradisi yang masih terjaga yaitu adat perkawinan, kelahiran, kematian, pembukaan lahan pertanian, dan syukuran pasca panen.

“...disini paling kalo adat yang masih dijalani ya paling kalo ada orang meninggal, lahiran, acara besar kayak kawin atau sunatan terus kalo ada yang beli tanah buat cabe itu ada acaranya dulu dek sama paling syukuran abis pasca panen dek... ..” (SU, 35 Tahun)

Corporate Social Responsibility PT. Inalum dan Struktur Organisasi

Pelaksanaan CSR PT. Inalum terbagi menjadi dua lokasi yang sangat berjauhan, PT. Inalum pusat berada di Kabupaten Batu Bara dan PLTA PT. Inalum berada di Kabupaten Asahan dengan waktu tempuh yaitu sekitar 4 – 4.5 jam atau jarak 150.3 Km. Kedua divisi ini memiliki tanggung jawab mengatur dan menjalankan CSR PT. Inalum yang memiliki fokus area termasuk luas yaitu 10 Kabupaten.

PT. Inalum merasa tanggung jawab dengan semua daerah yang bersentuhan langsung dengan Danau Toba ataupun aliran sungai yang dimanfaatkan untuk pembuatan PLTA dan daerah yang bersentuhan dengan pabrik utama ataupun PT. Inalum pusat. Fokus penelitian ini berada PT. Inalum pusat Kabupaten Batubara. CSR PT. Inalum pusat bersentuhan langsung dengan Kabupaten Batubara (*ring 1*), Kota Tanjung Balai (*ring 2*), dan Kabupaten Asahan (*ring 2*).

CSR PT. Inalum sekarang memiliki enam perhatian khusus untuk implementasinya yaitu, bidang pendidikan, bidang pemberdayaan masyarakat, bidang olahraga dan kebudayaan, bidang agama, fasilitas umum, dan bantuan sosial lainnya. Fokus penelitian ini adalah CSR bidang pemberdayaan masyarakat. Inalum (2020) menjelaskan bahwa perusahaan telah melakukan pelatihan-pelatihan ketrampilan kepada masyarakat sekitar seperti, sablon, menjahit, bordir, rias pengantin, bengkel, las, dan lain sebagainya. Perusahaan juga memberikan modal bergulir. Hal ini dilakukan agar masyarakat tidak lagi bergantung pada perusahaan. Melainkan mereka dapat menciptakan lapangan kerja sendiri dan menjadi lebih mandiri. CSR PT. Inalum memiliki fondasi yang berdasarkan *Noble Purpose MIND ID (Mining Industry Indonesia)* yaitu *We explore Natural Resources for Civilization, Prosperity and a Brighter Future. MIND ID* sendiri adalah *holding* BUMN industri pertambangan yang menggantikan posisi PT. Inalum. Oleh karena itu seluruh BUMN Pertambangan akan berada dibawah *MIND ID* dan mengikuti *Noble Purposenya* sebagai fondasi pelaksanaan CSR setiap perusahaan. CSR PT. Inalum sendiri memiliki 4 visi yaitu perusahaan yang sustain, mensejahterakan dan mandiri masyarakat, hubungan harmonis antara perusahaan dan masyarakat, dan positive image. Seiring berjalannya waktu dari jaman PMA sampai menjadi BUMN, CSR PT. Inalum kedepannya akan berubah menjadi *CSV (Create Shared Value)*. Hal ini bertujuan untuk semakin memperbaiki tanggung jawab sosial yang dilaksanakan perusahaan.

Efektivitas Program

Wibisono (2007) mengungkapkan bahwa untuk melihat sejauhmana efektivitas Program CSR, diperlukan parameter atau indikator untuk mengukurnya. Selaras dengan Nurdiana (2008) bahwa pelaksanaan Program CSR yang efektif akan mudah terwujud jika ada indikator yang mendukung pelaksanaan pemberdayaan masyarakat. indikator yang dimaksud oleh Nurdiana (2008) ialah *monitoring* dan evaluasi program, daya tanggap perusahaan, dan konsistensi program. Penelitian ini akan menggunakan indikator pelaksanaan program efektif yang dinyatakan oleh Nurdiana (2008).

Tabel 1 Jumlah dan presentase responden berdasarkan variabel efektivitas program di Desa Kuala Tanjung dan Desa Lubuk Cuik Tahun 2021

Efektivitas program	Jumlah	
	n	Persentase (%)
Tidak Efektif	0	0
Efektif	7	17.9
Sangat Efektif	32	82.1
Total	39	100

Tabel 1 menjelaskan bahwa PT. Inalum telah melaksanakan program CSR yang efektif terbukti dari 39 responden, 32 di antaranya atau 82,1 persen menyatakan bahwa program CSR yang dilaksanakan sangat efektif. Sebanyak 7 responden atau 17,9 persen menyatakan efektif. Hal ini didukung dengan keadaan di lapang yang selaras dengan hasil penelitian ini. Sayangnya beberapa bukti pembukuan dan lainnya terkait *detail* program tidak diijinkan untuk diberikan kepada peneliti oleh perusahaan termasuk rincian data dan *detail* perencanaan hingga pelaksanaan program, jadi hanya bisa di perkuat dengan data kualitatif melalui responden ataupun informan yang peneliti temukan di lapang yang hasilnya selaras dengan penelitian ini.

Citra Perusahaan

Proses mendapatkan citra perusahaan yang baik tidaklah instan atau mudah. Terdapat proses pembentukan citra perusahaan yang terdiri dari beberapa tahapan (Hawkins 2000). Picton dan Broderick (2001) mengemukakan 6 faktor utama untuk mengukur citra perusahaan. Keenam faktor tersebut antara lain: 1) Dinamis: menjadi pelopor, menarik perhatian, dan berorientasi pada tujuan, 2) Bekerja sama: ramah, sangat disukai, menjalin relasi dengan orang lain, 3) Bisnis: bijak, cerdas, persuasif, terorganisir dengan baik. 4) Karakter: beretika, reputasi baik dan terhormat, 5) Keberhasilan: kinerja keuangan, kepercayaan diri, 6) Menahan diri: ketat, menjaga rahasia dan berhati-hati. Penelitian ini akan menggunakan teori dari Picton dan Broderick (2001). Berdasarkan indikator-indikator dari teori tersebut maka hasil penelitian terkait indikator tersebut akan dijelaskan melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2 Jumlah dan presentase responden berdasarkan variabel citra perusahaan

Citra Perusahaan	Jumlah	
	n	Persentase (%)
Tidak Positif	0	0
Positif	8	20.5
Sangat Positif	31	79.5
Total	39	100

Berdasarkan tabel 2 dapat terlihat jelas bahwa citra perusahaan yang didapat oleh PT. Inalum sangat positif. Terbukti sebanyak 31 responden atau 79,5 persen yang menilai citra perusahaan PT. Inalum sangat positif dan 8 responden atau 20,5 persen yang menilai citra perusahaan PT. Inalum positif. Hal ini terbukti dari kondisi lapang yang ditemukan oleh peneliti, bahwa setiap masyarakat yang ditemui peneliti hampir semua selalu memberikan pandangan positif terkait PT. Inalum.

“...setau kita ya dek, selama ini ga pernah denger ada kesalahan atau error dari Inalum sih dek. Kalaupun ada mereka cepet benerinya, kemarin itu listrik inalum kan sempet mati berapa jam. Itu semua karyawan rame untuk ngidupin listrik lagi biar pabrik tetap jalan, ini listrik aja kan subsidi dari Inalum ke PLN dek, belum lagi ada warga juga yang kerja disana. Jadi selama ini saya percaya bakal aman-aman aja...” (JL, 62 Tahun)

Tidak dipungkiri bahwa ada beberapa yang memberikan pandangan yang berlawanan, hal ini disebabkan faktor perubahan status perusahaan dari PMA menjadi BUMN, ternyata perusahaan dinilai tidak se”royal” dulu. Namun hal ini salah, karena perusahaan dianggap “royal” akibat dimasa PMA perusahaan terlalu sering melakukan CSR berbentuk *Charity* atau sumbangan sehingga ketika perusahaan sekarang memperbaikinya melalui beberapa bentuk CSR justru masyarakat tertentu (organisasi masyarakat) memberikan pandangan yang sebaliknya terhadap perusahaan karena *mind set* masyarakat yang masih terpaku pada saat perusahaan masih berstatus PMA.

Hubungan Efektivitas Program Corporate Social Responsibility dengan Citra Perusahaan

Mahmudi (2005) menjelaskan efektivitas merupakan hubungan antara output dengan tujuan, semakin besar kontribusi output terhadap pencapaian tujuan, maka semakin efektif organisasi, program atau kegiatan. Maka dapat diartikan bahwa efektivitas mempunyai hubungan antara *output* dengan tujuan, Efektivitas berfokus pada *output* program yang bernilai efektif apabila output yang dihasilkan dapat memenuhi tujuan yang diharapkan. Menurut Sedarmayanti (2009) mendefinisikan efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas dan fungsi dari suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak ada tekanan atau gangguan diantara pelaksananya, sehingga efektivitas program dapat diukur dengan melihat hasil pencapaian tujuan untuk memenuhi kebutuhan sasaran dan pendapat masyarakat penerima bantuan program juga dapat dijadikan sebagai ukuran untuk menentukan efektivitas program.

Pembahasan yang akan dimuat pada bab ini merupakan hasil dari Uji hipotesis penelitian ini kemudian dilakukan untuk melihat hubungan antara kedua variabel diatas yaitu efektivitas program dengan citra perusahaan. Pengujian dilakukan menggunakan uji statistik korelasi *rank spearman* melalui aplikasi SPSS V.26 untuk melihat hubungan dari kedua variabel tersebut. Sebelum itu akan ditampilkan pengukuran melalui tabulasi silang untuk melihat jumlah dan presentase responden terhadap efektivitas program dengan citra perusahaan pada penelitian ini.

Tabel 3 Tabel silang jumlah dan presentase efektivitas program dengan citra perusahaan

		Citra Perusahaan						Total	
		Tidak Positif		Positif		Sangat Positif			
		n	%	n	%	n	%	N	%
Efektivitas Program	Tidak Efektif	0	0	0	0	0	0	0	0
	Efektif	0	0	2	5.1	5	12.8	7	17.9
	Sangat Efektif	0	0	6	15.4	26	66.7	32	72.1
Total		0	0	8	20.5	31	79.5	39	100

Berdasarkan data temuan lapang yang dimuat pada tabel 3, dapat dilihat tidak ada responden yang memberikan penilaian efektivitas program CSR PT. Inalum dalam kategori rendah. Sama halnya dengan citra perusahaan yang didapat, tidak ada responden juga yang menilai citra perusahaan PT. Inalum berada di kategori rendah. Berdasarkan kedua data ini saja, sudah dapat dilihat bahwa baik program CSR ataupun citra perusahaan yang dilakukan dan didapat PT. Inalum minimal berada dikategori efektif dan citra perusahaan positif.

“...jujur saya bersyukur dek. Dulu Tanjung ini ga se rame ini. Inalum juga yangh buat org luar pada dating kan, kalo saya sebagai pedagang ini jelas bersyukur. Sekarang kalo siang udah pasti rame dek. Dulu sampe malem baru habis, sekarang jam 4 jam 5 udah tutup. Jadi ya bagusla dek, daerah kita juga makin besar kan dek... (UA, 53 Tahun)

Kemudian pesebaran data penelitian mulai dapat dilihat pada kategori efektif dan positif, sebanyak 2 responden atau setara 5,1 persen menilai efektivitas program CSR PT. Inalum berada di kategori efektif bersamaan dengan menilai citra perusahaan yang positif juga, serta sebanyak 5 responden atau sebanyak 12,8 persen yang menilai efektivitas program CSR berada di kategori efektif namun memberikan penilaian citra perusahaan sangat positif. Tabel 3 juga menjelaskan ada 6 responden atau 15,4 persen dari total keseluruhan responden yang menilai efektivitas program CSR PT. Inalum berada dikategori sangat efektif namun citra perusahaan yang didapat positif. Selanjutnya mayoritas responden menilai efektivitas program CSR PT. Inalum berada dikategori sangat efektif sebanyak 26 responden atau 66,7 persen, berbanding lurus dengan citra perusahaan yang didapat yaitu sangat positif.

Berdasarkan temuan data lapang diatas, selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis melalui uji korelasi *rank spearman* untuk mencari tahu hubungan diantara kedua variabel diatas. berdasarkan koefisien korelasinya, menurut Sugiyono (2013) menyatakan dasar pengambilan keputusan uji koefisien korelasi (*correlation coefficient*) berdasarkan kekuatan dengan ketentuannya, semakin nilai mendekati 1 maka hubungan variabel akan sangat kuat, begitu juga sebaliknya jika semakin mendekati nilai 0 maka hubungan variabel sangat lemah.

Tabel 4 Koefisien korelasi efektivitas program CSR dengan citra perusahaan PT. Inalum

Efektivitas Program	Citra Perusahaan		
	n	Koefisien Korelasi	Sig. (2-Tailed)
	39	0.093	0.572

Tabel 4 menjelaskan terkait koefisien korelasi dan sig. (2-tailed) yang didapat berdasarkan hasil uji korelasi efektivitas program CSR dengan citra perusahaan PT. Inalum. Pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antar variabel yang didapat adalah 0,093 yang memiliki arti bahwa hubungan antar variabel masuk kategori sangat lemah karena berada direntang 0 – 0,199 menurut Sugiyono (2013). Kemudian nilai 0,093 berstatus positif artinya meskipun hubungan antar variabel sangat lemah tetapi tetap memiliki hubungan yang searah. Nilai sig. (2-tailed) yang didapat sebesar 0,572 yang sudah melewati batas kritis kekuatan yaitu 0,05 artinya tidak nyata.

Melihat uraian diatas maka bisa ditarik kesimpulan bahwa hubungan efektivitas program CSR dengan citra perusahaan PT. Inalum memiliki hubungan yang sangat lemah dan tidak nyata. Berdasarkan hal ini, ternyata menunjukkan hipotesis yang menduga adanya hubungan efektivitas

program dengan citra perusahaan ditolak. Merujuk pada Simamora (2019) yang menyatakan bahwa terdapatnya hubungan yang sangat nyata antara efektivitas program CSR dan citra perusahaan PT. Angkasa Pura II, ternyata pernyataan tersebut tidak sesuai dengan penelitian ini. Koefisien yang didapat pada penelitian ini berada dikategori yang sangat lemah dan memiliki kekuatan variabel yang tidak nyata. Merujuk pada setiap variabel yang ternyata memiliki efektivitas yang tinggi dan citra perusahaan yang sangat positif tidak serta merta memeberikan hubungan dikedua variabel. Artinya meskipun citra perusahaan sangat positif namun bukan karena efektivitas program yang sangat efektif melainkan adanya faktor lain yang menyebabkan citra perusahaan bisa menjadi sangat positif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai Efektivitas Program CSR dengan Citra Perusahaan (Studi Kasus: Program CSR “*Community Development*” PT. Indonesia Asahan Aluminium, Kuala Tanjung, Provinsi Sumatera Utara) mendapatkan tiga kesimpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan pada variabel efektivitas program, mayoritas responden menilai bahwa program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Inalum sudah pada kategori sangat efektif, responden yang menilai tentang hal ini sebanyak 32 responden atau 82,1 persen; (2) Variabel citra perusahaan juga memiliki hal yang sama, mayoritas responden menilai bahwa citra perusahaan PT. Inalum berada pada kategori yang sangat positif. Sebanyak 31 responden atau 79,5 persen responden yang menilai citra perusahaan PT. Inalum sangat positif. Uraian diatas terbukti dengan data temuan di lapang yang mendukung hasil pengolahan data berdasarkan kuisioner; dan (3) Memiliki data antar variabel yang sama-sama tinggi bukan berarti antar variabel langsung memiliki hubungan yang kuat, maka dilakukan uji korelasi *rank spearman*. Hasil uji korelasi tersebut menjelaskan bahwa ternyata hubungan antar variabel yang terjalin sangat lemah dengan nilai koefisien korelasi hanya sebesar 0,093, kemudian sig (*2 tailed*) yang dihasilkan juga berada diluar batas kekuatan variabel nyata dan sangat nyata, yaitu 0,572. Maka hipotesis yang menduga adanya hubungan efektivitas program CSR dengan citra perusahaan pada penelitian ini ditolak.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat beberapa saran yang bisa dijadikan masukan sebagai bahan pertimbangan kedepannya yaitu: (1) Bagi perusahaan mungkin bisa memperluas wilayah penerimaan atau memperbanyak peluang untuk tenaga kerja kontrak sebagai salah satu cara perusahaan menjaga stabilitas citra perusahaan yang sudah sangat positif seperti sekarang ini; (2) Bagi peserta program CSR diharapkan kemandirian dan keberlanjutannya setelah mendapatkan bantuan melalui program CSR yang telah diterima. Harapan kedepannya peserta program CSR justru bisa membuka lapangan pekerjaan lebih besar sehingga tidak memiliki ketergantungan dengan CSR yang di berikan PT. Inalum; (3) Bagi akademisi diperlukan penelitian lanjutan terkait faktor lain yang menjadi penyebab citra positif PT. Inalum agar bisa ditingkatkan lagi sehingga perusahaan bisa mendapat *feedback* secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasrul, Amar Y, Wahda. 2018. Implementasi Program CSR Dan Pengaruhnya Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Program CSR PT Vale Indonesia, Tbk pada Proyek Penyediaan Air Bersih). *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*. [diunduh tanggal 2020 Desember 18] 01(4):1-9.
- Aprillita D. 2019. Efektivitas Program “Perpuseru” Dalam Mengembangkan Perpustakaan Berbasis Inklusi Sosial Di Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Lubuklinggau. [skripsi] Palembang (ID) : UIN Raden Fatah. Dapat diunduh melalui <http://repository.radenfatah.ac.id/4810/8/FULL%20BAB.pdf>
- Ardianto,E, Soemirat,S. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hawkins DI. et al. 2000. *Consumer Behaviour : Building Marketing Strategy*. 8th Edition. Oregon(US): Oregon State of University
- Inalum. 2020. Concern Program. <https://www.inalum.id/id/our-concern/program>

- Mahmudi. 2005. Manajemen Kinerja Sektor Publik. Yogyakarta (ID) : UUP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nurdiana. 2008. Analisis Efektivitas Implementasi Corporate Social Responsibility PT KALTIMPrima Coal. Tesis. [Internet] [diunduh 4 oktober2019] Dapat diunduh melalui: <http://repository.sb.ipb.ac.id/478/16/Tesis.pdf>
- Pickton D, Broderick A. 2001. Integrated Marketing Communication second edition. Essex: Pearson Education Ltd.
- Sedarmayanti. 2009. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: CV Mandar Maju
- Simamora. 2019. Efektivitas Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Citra Perusahaan. [skripsi] Medan: Universitas Sumatera Utara. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/31330>
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung (ID) : Penerbit Alfabeta
- Sutojo S. 2004. Membangun citra perusahaan. Jakarta: PT Damar
- Wibisono Y. 2007. Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility). Gresik: Fascho Publishing