

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN
PARTISIPASI MASYARAKAT PADA KEGIATAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN MINARAK BRANTAS GAS, INC.**

TESIS



**JOHN BASUKI RAHMAD
2151021008**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2020**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN
PARTISIPASI MASYARAKAT PADA KEGIATAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP
CITRA PERUSAHAAN MINARAK BRANTAS GAS, INC.**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Manajemen**



**JOHN BASUKI RAHMAD
2151021008**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2020**

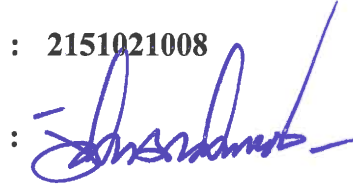
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : John Basuki Rahmad

NIM : 2151021008

Tanda Tangan :



Tanggal : 21 Februari 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh

Nama : John Basuki Rahmad
NIM : 2151021008
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat dan Partisipasi Masyarakat pada Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Citra Perusahaan Minarak Brantas Gas, Inc.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ir. Didit Herawan, MBA

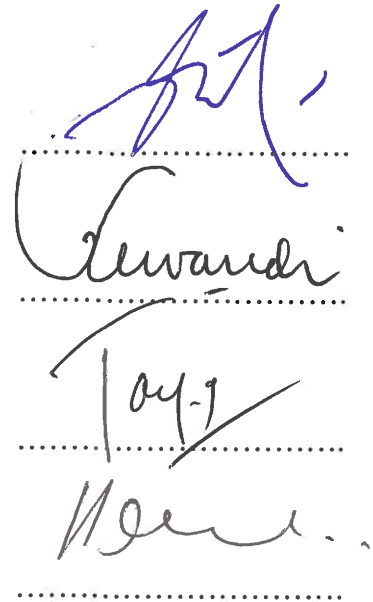
Pembimbing : Dr. Suwandi, SH, MBA

Penguji : M. Taufik Amir, SE., MM., Ph.D.

Penguji : Dr. Suwandi, SE., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Februari 2020



The image shows four handwritten signatures in blue ink, each placed above a horizontal dotted line. The signatures correspond to the names listed in the text: Dr. Ir. Didit Herawan, Dr. Suwandi, M. Taufik Amir, and Dr. Suwandi.

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suwandi, SH, MBA dan Dr. Ir. Didit Herawan, MBA selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan membimbing saya dalam penyusunan tesis ini;
2. M. Taufik Amir, SE., MM., Ph.D. dan Dr. Suwandi, SE., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan untuk kesempurnaan tesis ini;
3. Bapak Faruq Adi Nugroho selaku pimpinan perusahaan Minarak Brantas Gas, Inc., Bapak Arief Setyo Widodo beserta staf departemen *Public Relations* yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses perolehan data yang saya perlukan dalam penyusunan tesis ini;
4. Ibunda Siti Fatimah (almh.), ayahanda Sumanto Dwijosiswoyo (alm.), isteriku Rochimiah, anak-anakku: Ihsan, Adinda & Salmaa dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan yang luar biasa, serta
5. Sahabat-sahabat mahasiswa *batch V* Program Magister Manajemen Universitas Bakrie yang telah banyak memberikan semangat dan bantuan dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi perkembangan ilmu.

Jakarta, 21 Februari 2020

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : John Basuki Rahmad
NIM : 2151021008
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : Tesis (Riset Bisnis)

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

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN PARTISIPASI MASYARAKAT PADA KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN MINARAK BRANTAS GAS, INC.

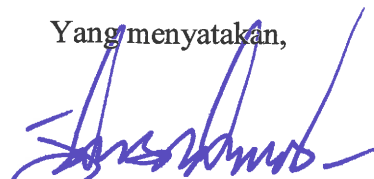
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Februari 2020

Yang menyatakan,



John Basuki Rahmad

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT DAN PARTISIPASI
MASYARAKAT PADA KEGIATAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
MINARAK BRANTAS GAS, INC.**

John Basuki Rahmad

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Masyarakat dan Partisipasi Masyarakat terhadap Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) dan dampaknya pada Citra Perusahaan. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi Masyarakat pada Kegiatan CSR (X_1) dan Partisipasi Masyarakat pada Kegiatan CSR (X_2), variabel mediasi atau *intervening* dalam penelitian ini adalah Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility/CSR (Z), sedangkan variabel terikatnya adalah Citra Perusahaan (Y). Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini berlokasi di desa Kalidawir dan desa Kedung Banteng, kecamatan Tanggulangin, kabupaten Sidoarjo. Populasi dalam penelitian ini adalah warga masyarakat penerima program CSR Minarak Brantas Gas, Inc. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* atau sampling peluang dengan metode *simple random sampling* atau sampel acak sederhana. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur untuk menentukan hasil analisis hipotesis.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan persepsi masyarakat pada kegiatan CSR (X_1) terhadap pelaksanaan kegiatan CSR (Z) dengan *Significance t* variabel X_1 sebesar 0,004 ($< 0,05$). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan partisipasi masyarakat pada kegiatan CSR (X_2) terhadap pelaksanaan kegiatan CSR (Z) dengan *signifikansi t* variabel X_2 sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan persepsi masyarakat pada kegiatan CSR (X_1) terhadap citra perusahaan (Y) dengan *Significance t* variabel X_1 sebesar 0,000 ($< 0,05$); terdapat pengaruh langsung yang signifikan partisipasi masyarakat pada kegiatan CSR (X_2) terhadap citra perusahaan (Y) dengan *Significance t* variabel X_2 sebesar 0,000 ($< 0,05$); dan terdapat pengaruh langsung yang signifikan pelaksanaan kegiatan CSR (Z) terhadap citra perusahaan (Y) dengan *significance t* variabel Y sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil pengujian pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan persepsi masyarakat pada kegiatan CSR (X_1) terhadap citra perusahaan (Y) melalui pelaksanaan kegiatan CSR (Z) dengan *signifikansi* variabel X_1 terhadap Y melalui Z sebesar 0,013 ($< 0,05$); dan terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan partisipasi masyarakat pada kegiatan CSR (X_2) terhadap citra perusahaan (Y) melalui pelaksanaan kegiatan CSR (Z) dengan *signifikansi* variabel X_2 terhadap Y melalui Z sebesar 0,000 ($< 0,05$).

Kata kunci : persepsi masyarakat, partisipasi masyarakat, pelaksanaan kegiatan corporate social responsibility (CSR), citra perusahaan

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF COMMUNITY PERCEPTION AND
COMMUNITY PARTICIPATION IN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) ACTIVITIES ON COMPANY IMAGES OF
MINARAK BRANTAS GAS, INC.**

John Basuki Rahmad

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Community Perception and Community Participation on the Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities and their impact on Company Image. The independent variables in this study are Community Perception of CSR Activities (X_1) and Community Participation in CSR Activities (X_2), mediating or intervening variables in this study is the Implementation of Corporate Social Responsibility / CSR (Z) activities, while the dependent variable is Company Image (Y). This type of research is quantitative descriptive research. This research is located in Kalidawir Village and Kedung Banteng Village, Tanggulangin Subdistrict, Sidoarjo Regency. The population in this study is the residents who received CSR program. The sampling technique in this study uses probability sampling techniques with simple random sampling methods. This study uses descriptive analysis and path analysis to determine the results of hypothesis analysis.

This study shows the results that there is a significant direct effect of people's perceptions on CSR activities (X_1) on the implementation of CSR activities (Z) with the significance of variable X_1 of 0.004 (<0.05). The analysis also shows that there is a significant direct effect of community participation in CSR activities (X_2) on the implementation of CSR activities (Z) with a significance of variable X_2 of 0,000 (<0.05). Other results show that there is a significant direct effect of people's perceptions on CSR activities (X_1) on the company's image (Y) with the significance of variable X_1 of 0,000 (<0.05); there is a significant direct effect of community participation in CSR activities (X_2) on the company's image (Y) with the significance of variable X_2 of 0,000 (<0.05); and there is a significant direct effect on the implementation of CSR activities (Z) on the company's image (Y) with the significance of t variable Y of 0,000 (<0.05). The results of testing the indirect effect shows that there is a significant indirect effect of public perception on CSR activities (X_1) on corporate image (Y) through the implementation of CSR activities (Z) with the significance of variables X_1 on Y through Z of 0.013 (<0.05); and there is a significant indirect effect of community participation in CSR activities (X_2) on the company's image (Y) through the implementation of CSR activities (Z) with the significance of the variables X_2 on Y through Z of 0,000 (<0.05).

Keywords: community perception, community participation, implementation of corporate social responsibility (CSR) activities, company image

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	
2.1 Profil Umum Perusahaan	8
2.2 Visi, Misi dan Nilai-Nilai Perusahaan	11
2.3 Sasaran Perusahaan	13
2.4 Struktur Organisasi	13
2.5 Kegiatan Operasi Perusahaan	16
2.6 Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Perusahaan	17
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESA	
3.1 Persepsi	21
3.1.1 Pengertian Persepsi	21
3.1.2 Aspek-Aspek Persepsi	22
3.1.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi	22
3.1.4 Proses Terjadinya Persepsi	24
3.1.5 Indikator Persepsi	24
3.2 Partisipasi	25
3.2.1 Pengertian Partisipasi	25
3.2.2 Jenis Partisipasi	26
3.2.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Partisipasi	27
3.2.4 Indikator Partisipasi Masyarakat	28
3.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	29
3.3.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	29
3.3.2 Tahapan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	30

3.3.3	Tujuan dan Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	32
3.3.3.1	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bagi Masyarakat	33
3.3.3.1	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Bagi Perusahaan	34
3.4	Citra Perusahaan	37
3.4.1	Pengertian Citra Perusahaan	37
3.4.2	Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	38
3.4.3	Dimensi Citra Perusahaan	39
3.4.4	Manfaat Citra Perusahaan	39
3.5	Penelitian Terdahulu	40
3.6	Kerangka Pemikiran	44
3.7	Hipotesis	49

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1	Objek Penelitian	50
4.2	Jenis Penelitian	50
4.2	Metode Penelitian	50
4.4	Populasi dan Sampel	51
4.5	Teknik Pengumpulan Data	51
4.6	Variabel Penelitian	52
4.7	Operasionalisasi Variabel	52
4.8	Pengujian Instrumen Penelitian	54
4.9	Teknik Analisa Data	54
4.9.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas	54
4.9.2	Uji Asumsi	56
4.9.2.1	Uji Normalitas	56
4.9.2.2	Uji Multikolinearitas	57
4.9.2.3	Uji Autokorelasi	57
4.9.2.4	Uji Heteroskedastisitas	57
4.9.3	Uji Hipotesis	57
4.9.4	Analisis Jalur	58
4.9.5	Hipotesis Statistik	61

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Hasil Penelitian	62
5.1.1	Deskripsi Hasil Penelitian	62
5.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
5.1.2.1	Uji Validitas	64
5.1.2.2	Uji Reliabilitas	68
5.2	Hasil Pengolahan Data Primer	69
5.3	Uji Asumsi	75
5.3.1	Uji Normalitas	75
5.3.2	Uji Multikolinearitas	77
5.3.3	Uji Autokorelasi	78

5.3.4 Uji Heteroskedastisitas	79
5.4 Analisis Jalur	80
5.5 Temuan dan Pembahasan Hasil Penelitian	93
5.6 Implikasi Hasil Penelitian	96
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	98
6.2 Saran	99
 DAFTAR PUSTAKA	 101
LAMPIRAN	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Peta Wilayah Kerja Blok Brantas di Jawa Timur	9
Gambar 2.2.	<i>Gas Plant</i> Minarak Brantas Gas, Inc. di Lapangan Tanggulangin	10
Gambar 2.3.	Pemanfaatan Gas Minarak Brantas Gas, Inc. untuk Program Jaringan Gas Rumah Tangga (City Gas)	11
Gambar 2.4.	Struktur Organisasi Perusahaan	13
Gambar 2.5.	Alur Kegiatan Fase Eksplorasi	16
Gambar 2.6.	Alur Kegiatan Fase Produksi	16
Gambar 2.7.	Alur Produksi dan Distribusi Gas	17
Gambar 3.1.	Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	38
Gambar 3.2.	Kerangka Pemikiran	46
Gambar 5.1.	Grafik Normal Plot	75
Gambar 5.2.	Grafik <i>Scatterplot</i>	79
Gambar 5.3.	Pengaruh Sub Struktur 1	82
Gambar 5.4.	Pengaruh Sub Struktur 2	86
Gambar 5.5.	Pengaruh Sub Struktur 1 dan Sub Struktur 2	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) 2018 – 2019	19
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 4.1.	Definisi dan Indikator Variabel Penelitian	52
Tabel 5.1.	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 5.2.	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Status Pernikahan	63
Tabel 5.3.	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia ...	63
Tabel 5.4.	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Tempat Tinggal	63
Tabel 5.5.	Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 5.6.	Validitas Instrumen per Butir untuk Variabel Persepsi Masyarakat pada Kegiatan CSR	65
Tabel 5.7.	Validitas Instrumen per Butir untuk Variabel Partisipasi Masyarakat pada Kegiatan CSR	66
Tabel 5.8.	Validitas Instrumen per Butir untuk Variabel Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)	66
Tabel 5.9.	Validitas Instrumen per Butir untuk Variabel Citra Perusahaan..	67
Tabel 5.10.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	68
Tabel 5.11.	Distribusi Data dari masing-masing Variabel	69
Tabel 5.12.	Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Persepsi Masyarakat pada Kegiatan CSR	70
Tabel 5.13.	Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Partisipasi Masyarakat pada Kegiatan CSR	71
Tabel 5.14.	Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Pelaksanaan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR)	72
Tabel 5.15.	Frekuensi Tanggapan Responden Variabel Citra perusahaan ...	73

Tabel 5.16. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	76
Tabel 5.17. Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 5.18. Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 5.19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 5.20. Koefisien Sub Struktur 1	80
Tabel 5.21. Koefisien Determinasi	81
Tabel 5.22. Pengujian Hipotesis Berganda Sub Struktur 1	83
Tabel 5.23. Koefisien Sub Struktur 2	84
Tabel 5.24. Koefisien Determinasi	85
Tabel 5.25. Pengujian Hipotesis Berganda Sub Struktur 2	88
Tabel 5.26. Pengaruh tidak Langsung X_1 pada Y melalui Z	89
Tabel 5.27. Pengaruh tidak Langsung X_2 pada Y melalui Z	90
Tabel 5.28. Hasil Analisis Jalur Hipotesis Pengaruh Langsung	93
Tabel 5.29. Hasil Analisis Jalur Hipotesis Pengaruh tidak Langsung	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian	106
---	-----