

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PENYAJIAN DATA

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah PT Petrokimia Gresik

PT Petrokimia Gresik merupakan pabrik pupuk terlengkap di Indonesia, yang pada awal berdirinya disebut Proyek Petrokimia Surabaya. Kontrak pembangunannya ditandatangani pada tanggal 10 Agustus 1964, dan mulai berlaku pada tanggal 8 Desember 1964. Proyek ini diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 10 Juli 1972, yang kemudian tanggal tersebut ditetapkan sebagai hari jadi PT Petrokimia Gresik dan menempati lahan seluas 450 hektar berlokasi di Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur.

PT Petrokimia Gresik memiliki kebijakan sistem manajemen yaitu dengan bertekad menjadi produsen pupuk dan produk kimia lainnya yang berdaya saing tinggi dan produknya diminati oleh konsumen. Penyediaan produk pupuk, produk kimia dan jasa yang berkualitas sesuai permintaan pelanggan dilakukan melalui proses produksi dengan menerapkan sistem manajemen yang menjamin mutu, pencegahan pencemaran dan berbudaya Keselamatan & Kesehatan Kerja (K3) serta penyempurnaan secara bertahap dan berkesinambungan. Untuk mendukung tekad tersebut, manajemen berupaya memenuhi standar mutu yang ditetapkan, peraturan

lingkungan, ketentuan dan norma-norma K3 serta peraturan atau perundangan terkait lainnya. Demikian juga dilalakukan oleh seluruh karyawan dengan bertanggung jawab dan mengambil peran dalam upaya meningkatkan keterampilan untuk mengembangkan produk dan jasa yang berkualitas, penataan terhadap peraturan lingkungan dan ketentuan K3 serta menjunjung tinggi integritas.

PT Petrokimia Gresik memiliki maksud dan tujuan dalam pengelolaan lingkungan yang baik dengan mewujudkan lingkungan yang serasi dan baik di Kompleks Industri Petrokimia Gresik dan sekitar perusahaan, sesuai dengan peraturan dan perundangan yang berlaku. Pola pengelolaan lingkungan tersebut dengan pendekatan Teksosi yaitu memanfaatkan teknologi guna pencegahan dan, pengendalian potensi pencemaran dan pemulihan lingkungan serta pengembangan koordinasi dan kerjasama, baik intern maupun ekstern, dalam upaya pengelolaan lingkungan, mengingat bahwa penyelesaian masalah lingkungan memerlukan keterkaitan dengan berbagai pihak (masyarakat dan pemerintah).

Sejak tahun 1990, PT Petrokimia Gresik membentuk Bina Lingkungan sebagai unit kerja yang secara khusus menangani permasalahan lingkungan. Bina Lingkungan tersebut memiliki strategi yang diterapkan untuk mencapai maksud dan tujuannya yaitu dengan pemilihan desain atau teknologi yang ramah lingkungan, mengoperasikan

unit-unit produksi secara optimal dengan efisiensi tinggi, dengan memperhatikan Mutu, Lingkungan dan Keselamatan Kerja.

b. Kegiatan CSR PT Petrokimia Gresik

Pelaksanaan kegiatan Program Bina Lingkungan yang dilakukan oleh PT Petrokimia Gresik antara lain dengan memberikan bantuan dan melakukan kegiatan sosial untuk masyarakat yang berada di wilayah Jawa Timur, utamanya kepada masyarakat yang berada di sekitar wilayah usaha perusahaan, juga turut peduli pada bencana yang menimpa masyarakat Indonesia. Pelaksanaan Program Bina Lingkungan PT Petrokimia Gresik berpedoman pada Peraturan Menteri Negara BUMN, Nomor : PER-05/MBU/2007, tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Dengan demikian PT Petrokimia Gresik merasa berkewajiban memberikan kontribusi pada pengembangan ekonomi dan sosial masyarakat. Beberapa kegiatan CSR yang dilakukan PT Petrokimia Gresik yaitu :

- 1) Bantuan korban bencana alam berupa bantuan sembako, pupuk dan benih pasca banjir di Provinsi Jawa Timur, yang meliputi Kabupaten Gresik, Lamongan, Tuban, Bojonegoro, Nganjuk, Mojokerto, Bondowoso, Ngawi, Madiun, Magetan, Bangkalan, Probolinggo, Sidoarjo, Kabupaten Kudus Jawa Tengah dan pasca bencana tanah longsor di Situ Gintung Jawa Barat.

- 2) Bantuan pendidikan dan pelatihan berupa Penyelenggaraan Loka Latihan Keterampilan (LOLAPIL) untuk lulusan SMU dan SMK, utamanya yang berada di sekitar wilayah usaha perusahaan untuk dibimbing dan diberikan bekal keterampilan di bidang teknik produksi, dan pemasaran, sehingga benar-benar menjadi tenaga yang terampil dan siap pakai bagi industri yg membutuhkan. Serta bantuan biaya pendidikan untuk beasiswa murid berprestasi, anak asuh, siswa yatim piatu dari Ponpes gresik, dan bantuan pendidikan untuk siswa dari keluarga kurang mampu.
- 3) Bantuan sarana dan prasarana umum berupa pemberian bantuan renovasi gedung pendidikan, sarana air bersih, dan sarana kebersihan lingkungan. Yaitu, Bantuan pembangunan laboratorium bahasa dan musholah untuk sekolah dasar (SD) yang berada di wilayah usaha perusahaan, seperti SDN Roomo, SDN Karangturi, SDN Lumpur, SDN Tlogopojok, SDN Petrokimia Gresik. Bantuan pengeboran air bersih untuk kebutuhan rumah tangga sehari-hari bagi warga masyarakat yang berada di sekitar wilayah usaha perusahaan, maupun di luar wilayah usaha perusahaan di Kabupaten Gresik dan bantuan pavingisasi jalan kampung, bantuan tempat sampah, perbaikan gapura desa, pos kamling, dll.
- 4) Bantuan kesehatan masyarakat yang berupa pemeriksaan dan pengobatan umum Program Kampung Sehat untuk warga yang berada di

sekitar wilayah perusahaan, dilakukan secara rutin setiap bulan.

Bantuan penanganan terhadap anak-anak penderita gizi buruk di Gresik

Bantuan khitanan umum yang dilaksanakan setiap tahun. Bantuan

fogging untuk warga yang berada di sekitar wilayah pabrik dalam

rangka pemberantasan nyamuk demam berdarah

5) Bantuan pelestarian alam yang berupa pemberian bantuan bibit pohon

penghijauan untuk masyarakat di sekitar wilayah usaha perusahaan.

Pemberian bantuan lingkungan secara periodik dilakukan evaluasi untuk

memastikan efektivitasnya peran masyarakat sekitar perusahaan untuk

memberikan masukan terkait dengan pemberian bantuan menjadi hal

yang penting dalam penyusunan program bantuan lingkungan setiap

tahun.

2. Gambaran Umum Responden

Dalam hal ini PT. Petrokimia Gresik melakukan kegiatan produksi

hingga proses distribusi produk memiliki dampak yang tidak sedikit

yaitu polusi dan limbah pabrik terhadap masyarakat sekitar perusahaan

yang berjarak 10-500 meter dari perusahaan tepatnya di RT 03 RW 06,

Kelurahan Tlogopojok, Kecamatan Gresik, Gresik. Responden dalam

penelitian ini adalah seluruh masyarakat RT 03 RW 06, Tlogopojok

Gresik yang berusia 21 tahun ke atas.

a. Jenis Kelamin

Dilihat dari hasil penyebaran kuisioner diperoleh gambaran

mengenai jenis kelamin responden yaitu jenis kelamin pria sebanyak

101 orang atau 90,2% dan perempuan sebanyak 11 orang atau 9,8%.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Pria	101	90,2
Wanita	11	9,8
Jumlah	112	100

b. Usia Responden

Dari hasil penyebaran dan pengisian kuisisioner diperoleh gambaran mengenai usia responden seperti yang ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Menurut Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	25 - 29 tahun	20	17,8
2	30 - 34 tahun	11	10
3	35 - 39 tahun	19	17
4	40 - 44 tahun	6	5,4
5	45 - 49 tahun	23	20,4
6	50 - 54 tahun	19	17
7	55 - 59 tahun	8	7
8	60 - 64 tahun	6	5,4
	Jumlah	112	100

Pada tabel di atas terlihat bahwa responden yang memiliki usia 25-29 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 17,8 %, diikuti

dengan responden yang berusia lebih dari 30 – 34 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 10 %, pada usia 35 – 39 tahun sebanyak 19 orang dengan persentase 17 % , pada usia 40 – 44 tahun sebanyak 6 orang (5,4%), kemudian pada usia 45 – 49 tahun sebanyak 23 orang (20,4%), disusul usia 50 – 59 tahun sebanyak 8 orang (7 %) dan sisanya yang berusia 60 – 64 tahun sebanyak 6 orang (5,4 %).

c. Pendidikan Terakhir

Gambar responden menurut pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	27	24,1
2	SMP/SLTP/MTS	34	30,4
3	SMA/SMK/MAN	48	42,8
4	Perguruan Tinggi	3	2,7
	Jumlah	112	100

Jika dilihat dari pendidikan terakhirnya masing-masing responden, sebanyak 48 orang (42,8%) berpendidikan akhir SMA/SMK/MAN, diikuti 34 orang (30,4%) berpendidikan akhir SMP/SLTP/MTS, kemudian 27 orang (24,1%) berpendidikan akhir SD dan sisanya sebanyak 3 orang (2,7%) berpendidikan akhir Perguruan Tinggi.

d. Jenis Pekerjaan

Gambar responden dilihat dari jenis pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4. Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta

yaitu sebanyak 87 orang (77,8%), kemudian sebanyak 3 orang (2,6%) adalah pegawai negeri dan 22 orang (19,6%) bekerja selain pegawai negeri dan pegawai swasta.

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
.1	Pegawai Negeri	3	2,6
2	Pegawai Swasta	87	77,8
3	Lain-lain	22	19,6
	Jumlah	112	100

e. Jumlah Pendapatan

Gambaran responden dilihat dari jumlah pendapatan dapat dilihat pada

Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Menurut Jumlah Pendapatan

No	Jumlah pendapatan (per bulan)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rp. 500.000,00	14	12,5
2	> Rp. 500.000,00 – Rp.1.500.000,00	51	45,5
3	> Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.500.000,00	33	29,5
4	>Rp. 2.500.000,00	14	12,5
	Jumlah	112	100

Pada Tabel 4.5 terlihat bahwa sebagian besar responden berpenghasilan lebih dari Rp.500.000.00 sampai dengan Rp. 1.500.000.00 yaitu sebanyak 51 orang (45%), diikuti dengan 33 orang (29,5%) responden yang berpenghasilan lebih dari Rp. 1.500.000.00 s/d Rp. 2.500.000.00, dan responden

berpenghasilan Rp. 500.000.00 dan lebih dari Rp. 2.500.000.00 sebanyak 14 orang dengan presentase yang sama 12,5 %.

f. Status Tempat Tinggal

Sesuai dengan pertanyaan pada kuesioner, maka 112 orang responden yang mengetahui dengan baik mengenai perusahaan PT. Petrokimia Gresik, responden yang mengetahui produk apa saja yang di hasilkan PT. Petrokimia Gresik dan responden yang mengetahui kegiatan sosial (CSR) yang dilakukan perusahaan PT. Petrokimia Gresik. Gambaran responden dilihat dari status tempat tinggal adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6. Karakteristik Responden Menurut Status Tempat Tinggal

No	Status Tempat Tinggal	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rumah Sendiri	55	49,1
2	Rumah Saudara	12	10,7
3	Kost/Kontrak	45	40,2
	Jumlah	112	100

Pada Tabel 4.6 terlihat bahwa sebagian besar responden bertempat tinggal rumah sendiri sebanyak 55 orang dengan persentase 49,1 %. Responden yang bertempat tinggal kost atau kontrak sebanyak 45 orang (40,2%), dan responden yang bertempat tinggal di rumah saudara sebanyak 12 orang (10,7%). Namun demikian mereka menyatakan mengetahui program CSR PT. Petrokimia Gresik.

g. Jarak Tempat Tinggal dengan Lokasi Perusahaan

Gambaran responden dilihat dari jarak tempat tinggal dengan lokasi perusahaan dapat dilihat pada Tabel 4.7. Jika dilihat dari jarak tempat tinggal dengan lokasi perusahaan, masing-masing responden sebanyak 83 orang dengan persentase 74,1% mempunyai jarak tempat tinggal terdekat dengan jarak 10 – 100 meter, 23 orang dengan persentase 20,5% mempunyai jarak tempat tinggal sejauh 100 – 500 meter dan sisanya sebanyak 6 orang dengan persentase 5,4 % mempunyai jarak tempat tinggal lebih dari 500 meter.

Tabel 4.7. Karakteristik Responden Menurut Jarak Tempat Tinggal dengan Lokasi Perusahaan

No	Jarak Tempat Tinggal dengan Lokasi Perusahaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	10 – 100 meter	83	74,1
2	>100 – 500 meter	23	20,5
3	>500 meter	6	5,4
	Jumlah	112	100

3. Gambaran Variabel yang Diteliti

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan indikator-indikator yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Community Support/ Dukungan terhadap Masyarakat* (X_1), *Environment/Lingkungan* (X_2), *product/Produk* (X_3), dan *Citra Perusahaan* (Y). Hasil kuesioner menunjukkan bahwa jawaban dari responden untuk masing-masing variabel diuraikan sebagai berikut :

a. Variabel *Community Support* / Dukungan terhadap Masyarakat (X_1)

Hasil penyebaran kuesioner kepada 112 reponden telah menunjukkan jawaban dari responden mengenai variabel *Community Support*/Dukungan terhadap Masyarakat (X_1). Variabel *Community Support*/ Dukungan terhadap Masyarakat terdiri dari sepuluh indikator yang semuanya telah dijawab oleh responden. Penyajian data hasil jawaban responden tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8. Distribusi Frekuensi Variabel *Community Support*/ Dukungan terhadap Masyarakat (X_1)

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
$X_{1.1}$	19	16,96	18	16,07	70	62,50	5	4,46	0	0,00	112	100	3,46
$X_{1.2}$	17	15,18	15	13,39	70	62,50	10	8,93	0	0,00	112	100	3,35
$X_{1.3}$	19	16,96	27	24,11	56	50,00	10	8,93	0	0,00	112	100	3,49
$X_{1.4}$	13	11,61	18	16,07	66	58,93	15	13,39	0	0,00	112	100	3,26
$X_{1.5}$	20	17,86	21	18,75	66	58,93	5	4,46	0	0,00	112	100	3,50
$X_{1.6}$	20	17,86	22	19,64	62	55,36	8	7,14	0	0,00	112	100	3,48
$X_{1.7}$	15	13,39	32	28,57	63	56,25	2	1,79	0	0,00	112	100	3,54
$X_{1.8}$	19	16,96	23	20,54	66	58,93	4	3,57	0	0,00	112	100	3,51
$X_{1.9}$	15	13,39	18	16,07	62	55,36	17	15,18	0	0,00	112	100	3,28
$X_{1.10}$	20	17,86	16	14,29	63	56,25	13	11,61	0	0,00	112	100	3,38
Grand Mean												3,42	

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 112 orang, terdapat 19 orang atau 16,96% yang menyatakan sangat setuju tentang Bantuan sarana dan

prasarana pendidikan, yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang atau 16,07%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 70 orang atau 62,50%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 4,46%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kedua yaitu Pemberian Beasiswa dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang atau 15,18%, yang menyatakan setuju sebanyak 15 orang atau 13,39%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 70 orang atau 62,50%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang atau 8,93%, dan dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator ketiga yaitu Bantuan pendidikan bagi anak yatim dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang atau 16,96%, yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang atau 24,11%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 56 orang atau 50%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang atau 8,93%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator keempat yaitu Perpustakaan desa dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang atau 11,61%, yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang atau 16,07%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 66 orang atau 58,93%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 15 orang atau 13,39%, dan dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kelima yaitu Pelatihan Keterampilan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang atau 17,86%, yang

menyatakan setuju sebanyak 21 orang atau 18,75%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 66 orang atau 58,93%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau 4,46%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator keenam yaitu Pengobatan gratis dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang atau 17,86%, yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang atau 19,64%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 62 orang atau 55,36%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang atau 7,14%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator ketujuh yaitu Khitanan massal dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang atau 13,39%, yang menyatakan setuju sebanyak 32 orang atau 28,57%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 63 orang atau 56,25%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 1,79%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kedelapan yaitu *Fogging* nyamuk demam berdarah dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang atau 16,96%, yang menyatakan setuju sebanyak 23 orang atau 20,54%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 66 orang atau 58,93%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang atau 3,57%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kesembilan yaitu Pengembangan UKM dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang atau 13,39%, yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang atau 16,07%, yang menyatakan ragu

– ragu sebanyak 62 orang atau 55,36%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 orang atau 15,18%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kesepuluh yaitu Pembangunan sarana ibadah dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang atau 17,86%, yang menyatakan setuju sebanyak 16 orang atau 14,29%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 63 orang atau 56,25%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang atau 11,61%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

b. Variabel *Environment/Lingkungan* (X_2)

Hasil penyebaran kuesioner kepada 112 orang responden telah menunjukkan jawaban dari responden mengenai indikator-indikator mewakili variabel *Environment/Lingkungan* (X_2). Variabel *Environment/Lingkungan* terdiri dari lima indikator yang semuanya telah dijawab oleh responden.

Tabel 4.9. Distribusi Responden Variabel *Environment/Lingkungan* (X_2)

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X _{2.1}	39	34,82	9	8,04	55	49,11	9	8,04	0	0,00	112	100	3,70
X _{2.2}	25	22,32	13	11,61	68	60,71	6	5,36	0	0,00	112	100	3,51
X _{2.3}	51	45,54	31	27,68	28	25,00	2	1,79	0	0,00	112	100	4,17
X _{2.4}	73	65,18	1	0,89	21	18,75	17	15,18	0	0,00	112	100	4,16
X _{2.5}	81	72,32	1	0,89	10	8,93	20	17,86	0	0,00	112	100	4,28
Grand Mean												3,96	

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 112 orang responden, terdapat 39 orang atau 34,82% yang menyatakan sangat setuju tentang Program penghijauan, yang menyatakan setuju sebanyak 9 orang atau 8,04%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 55 orang atau 49,11%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang atau 8,04%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kedua yaitu Program kebersihan dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang atau 22,32%, yang menyatakan setuju sebanyak 13 orang atau 11,61%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 68 orang atau 60,71%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 5,36%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator ketiga yaitu Pengelolaan air bersih dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 orang atau 45,54%, yang menyatakan setuju sebanyak 31 orang atau 27,68%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 28 orang atau 25%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 1,79%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator keempat yaitu Pengelolaan limbah dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 73 orang atau 65,18%, yang menyatakan setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 21 orang atau 18,75%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 17 orang atau 15,18%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kelima yaitu Pengendalian polusi udara dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 81 orang atau 72,32%, yang

menyatakan setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 10 orang atau 8,93%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 20 orang atau 17,86%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

c. Variabel *Product*/Produk (X_3)

Hasil penyebaran kuesioner kepada 112 orang responden telah menunjukkan jawaban dari responden mengenai tiga indikator yang mewakili variabel *Product* (X_3), hasil jawaban responden tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 112 responden, terdapat 2 orang atau 1,79% yang menyatakan sangat setuju tentang Pengendalian polusi udara, yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang atau 31,25%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 74 orang atau 66,07%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kedua yaitu Informasi Keamanan produk dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang atau 1,79%, yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang atau 33,93%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 71 orang atau 63,39%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator ketiga yaitu Pembagian produk secara gratis dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 2 orang atau 1,79%, yang menyatakan setuju sebanyak 59 orang atau 52,68%, yang menyatakan ragu –

ragu sebanyak 50 orang atau 44,64%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Variabel *Product / Produk* (X_3)

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X _{3.1}	2	1,79	35	31,25	74	66,07	1	0,89	0	0,00	112	100	3,34
X _{3.2}	2	1,79	38	33,93	71	63,39	1	0,89	0	0,00	112	100	3,37
X _{3.3}	2	1,79	59	52,68	50	44,64	1	0,89	0	0,00	112	100	3,55
Grand Mean													3,42

d. Citra Perusahaan (Y)

Hasil penyebaran kuesioner telah menunjukkan jawaban dari responden mengenai indikator-indikator yang mewakili variabel Citra Perusahaan (Y₁). Variabel Citra Perusahaan terdiri dari tiga indikator yang semuanya telah dijawab oleh responden. Jawaban dari responden tersebut telah ditunjukkan pada Tabel 4.11.

Pada Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa dari 112 orang responden, terdapat 5 responden atau 4,46% yang menyatakan sangat setuju tentang *Personality*, yang menyatakan setuju sebanyak 23 orang atau 20,54%, yang menyatakan ragu – ragu

sebanyak 83 orang atau 74,11%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator kedua yaitu *Reputation* dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 5 responden atau 4,46%, yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang atau 42,86%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 58 orang atau 51,79%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Indikator ketiga yaitu *Value/Ethics* dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 orang atau 4,46%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 orang atau 29,46%, yang menyatakan ragu – ragu sebanyak 73 orang atau 65,18%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 0,89%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.11. Distribusi Orang Variabel Citra Perusahaan (Y)

Indikator	5		4		3		2		1		Jumlah		Mean
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Y. ₁	5	4,46	23	20,54	83	74,11	1	0,89	0	0,00	112	100	3,29
Y. ₂	5	4,46	48	42,86	58	51,79	1	0,89	0	0,00	112	100	3,51
Y. ₃	5	4,46	33	29,46	73	65,18	1	0,89	0	0,00	112	100	3,38
Grand Mean													3,39

B. HASIL ANALISIS FAKTOR

Analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi seperangkat variabel yang telah dikorelasikan sehingga terjadi penyederhanaan jumlah variabel.

Dalam penelitian ini disajikan 18 indikator, Dalam hal ini tentu saja semua indikator dapat diperhatikan oleh masyarakat terhadap PT Petrokimia Gresik dengan memperhatikan semua komponen yang ada. Namun demikian, ada kemungkinan sebenarnya tidak semua indikator-indikator layak untuk diperhatikan. Mungkin saja ada atribut yang mirip satu sama lain atau bahkan ada komponen yang dirasa tidak berpengaruh secara signifikan. Untuk itu diperlukan analisis faktor untuk mereduksi kesemua indikator menjadi beberapa indikator utama. Langkah-langkah analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Uji Independensi Variabel dalam Matrik Korelasi

Dari hasil pengisian kuisioner secara keseluruhan diuji dengan menggunakan *Kaiser Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*, yaitu indek yang digunakan untuk menguji ketepatan analisis faktor. Sampel diterima jika nilai *KMO Measure of Sampling (MSA) $\geq 0,5$* . Untuk indeks anti *image* berkisar antara 0 sampai 1. Indeks akan menjadi satu jika semua unsur matrik korelasi bernilai nol, yang menunjukkan bahwa semua atribut dapat diprediksi tanpa kesalahan. Artinya bahwa jika indeks anti *image* nilainya mendekati satu maka akan semakin menunjukkan bahwa semua atribut dapat diprediksi dengan kesalahan semakin kecil. Nilai KMO dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12. KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		0,884
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	1774,957
	<i>df</i>	153
	<i>Sig.</i>	0,000

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy adalah suatu statistik yang mengindikasikan proporsi keragaman pada komponen yang dapat dibuat landasan penggunaan analisis faktor. Nilai yang tinggi (mendekati 1.0) umumnya mengindikasikan analisis faktor sangat bermanfaat digunakan pada data. Jika nilainya lebih kecil dari 0.50, hasil analisis faktor akan menjadi kurang bermanfaat. *Bartlett's test of sphericity* menguji hipotesis apakah matriks korelasi merupakan matriks identitas, yang akan mengindikasikan bahwa komponen yang digunakan tidak saling berkorelasi dan sesuai untuk digunakan analisis faktor. Nilai yang rendah (kurang dari 0.05) mengindikasikan bahwa hasil analisis faktor nantinya akan bermanfaat untuk data yang digunakan.

Berdasarkan pada Tabel 4.12 menunjukkan nilai KMO sebesar 0.884 (>0.50) dengan nilai sig. pada uji Bartlett 0.000 (<0.05) yang berarti data dapat diproses lebih lanjut dan hasil analisis faktor akan bermanfaat untuk data tersebut. Hasil analisis faktor tentang anti *image* matrik dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Pada Tabel 4.13 didapatkan anti *image* matrik khususnya pada bagian anti *image correlation* terlihat sejumlah angka nilai-nilai MSA dari semua komponen terlihat bahwa tidak ada komponen yang kurang dari 0,5, di mana nilai di atas 0,5

menunjukkan bahwa komponen tersebut cukup baik untuk dianalisis menggunakan analisis menggunakan analisis faktor. Berdasarkan kriteria di atas tidak terdapat komponen yang memiliki nilai korelasi $< 0,5$. Sehingga semua indikator dapat dimasukkan dalam analisis faktor.

Tabel 4.13. Anti Image Matrix

No.	Indikator	MSA
1	X _{1,1}	0,911
2	X _{1,2}	0,959
3	X _{1,3}	0,907
4	X _{1,4}	0,894
5	X _{1,5}	0,942
6	X _{1,6}	0,944
7	X _{1,7}	0,834
8	X _{1,8}	0,921
9	X _{1,9}	0,944
10	X _{1,10}	0,928
11	X _{2,1}	0,922
12	X _{2,2}	0,843
13	X _{2,3}	0,745
14	X _{2,4}	0,773
15	X _{2,5}	0,736
16	X _{3,1}	0,689
17	X _{3,2}	0,749
18	X _{3,3}	0,715

2. Menentukan Jumlah Faktor

Langkah ini dilakukan dengan *metode determination based on eigen value* dimana hanya faktor yang mempunyai *eigen value* di atas 1 yang dipakai, sedangkan faktor *eigen value* di bawah 1 tidak dimasukkan dalam model. Melalui proses ekstraksi dihasilkan 3 faktor yang mempunyai *eigen value* di atas 1 yang

kemudian dimasukkan dalam model. Nilai *eigen* menunjukkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung keragaman 18 komponen yang dianalisis.

Tabel 4.14. Penentuan Jumlah Faktor

<i>Initial Eigen Values</i>			
<i>Component</i>	<i>Total</i>	<i>Persentase Value</i>	<i>Persentase Kumulatif</i>
1	8,279	45,992	45,992
2	2,420	13,447	59,439
3	2,102	11,677	71,116
4	0,956	5,309	76,425
5	0,833	4,628	81,053
6	0,740	4,110	85,164
7	0,521	2,893	88,057
8	0,424	2,356	90,413
9	0,313	1,737	92,150
10	0,283	1,574	93,724
11	0,225	1,251	94,975
12	0,194	1,080	96,055
13	0,183	1,018	97,073
14	0,146	0,810	97,882
15	0,132	0,731	98,613
16	0,109	0,606	99,219
17	0,077	0,430	99,649
18	0,063	0,351	100,000

Suatu faktor dianggap dapat mempengaruhi komponen apabila mempunyai nilai *eigen* lebih besar dari 1. Faktor yang mempunyai nilai *eigen* lebih besar dari 1 adalah sebanyak 3 faktor dimana ke-3 faktor tersebut dapat menjelaskan sebesar 71,116% (39,369 + 18,638 + 13,109) keragaman komponen asal. Berdasarkan nilai *eigen* pada Tabel 4.15 telah didapatkan 3 faktor yang terbentuk dari 18 indikator yang dilakukan analisis.

Tabel 4.15. Penentuan Jumlah Faktor

Component	Extraction	Sums of	Squared Loadings	Rotation	Sums of	Squared Loading
	Total	% Variance	Cumulative %	Total	% Variance	Cumulative %
1	8,274	45,992	45,992	7,086	39,369	39,369
2	2,420	13,447	59,439	3,355	18,638	58,007
3	2,102	11,677	71,116	2,360	13,109	71,116

Sumber : Lampiran

3. Penggolongan Komponen ke dalam Faktor

Setelah menentukan jumlah faktor, selanjutnya dilakukan penggolongan komponen untuk dimasukkan kedalam faktor, yaitu dengan melihat nilai *loading factor* yang berada dalam kolom yang sama maka komponen tersebut akan dimasukkan pada faktor yang sama.

Tabel 4.16. Sebelum Rotasi

Indikator	Component		
	1	2	3
X _{1.10}	0,908		
X _{1.1}	0,893		
X _{1.6}	0,886		
X _{1.4}	0,846		
X _{1.2}	0,838		
X _{1.8}	0,822		
X _{1.3}	0,804		
X _{1.5}	0,802		
X _{1.9}	0,799		

Sumber: Lampiran

Lanjutan Tabel 4.16

Indikator	Component		
	1	2	3
X _{1.7}	0,686		
X _{2.1}	0,540		
X _{2.2}	0,469		
X _{2.4}		0,749	
X _{2.5}		0,735	
X _{2.3}		0,586	
X _{3.3}			0,830
X _{3.1}			0,799
X _{3.2}			0,705

Dalam tahap ini digunakan metode *varimax* dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai *loading* setiap faktor dimana pengelompokkan setiap aksi rotasi faktor lebih dekat dengan kelompok komponen masing-masing. Keempat faktor ini akan diberi nama sesuai komponen yang menyusunnya.

Pada komponen *Community Support*, korelasi antara komponen X_{1.10} dengan faktor 1 sebesar 0,908 (kuat), sehingga komponen X_{1.10} dimasukkan sebagai faktor 1, begitu pula untuk yang lain. Tetapi untuk komponen X_{2.1}, X_{2.2}, X_{2.4}, dan X_{2.5} memiliki korelasi yang kuat lebih dari satu faktor sehingga tidak langsung dimasukkan dalam faktor. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis dengan rotasi (*rotated component matrix*). Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17. Rotasi Varimax

Indikator	Component		
	1	2	3
X _{1,1}	0,912		
X _{1,10}	0,891		
X _{1,8}	0,861		
X _{1,5}	0,861		
X _{1,6}	0,860		
X _{1,2}	0,843		
X _{1,3}	0,835		
X _{1,9}	0,753		
X _{1,4}	0,750		
X _{1,7}	0,704		
X _{2,4}		0,935	
X _{2,5}		0,903	
X _{2,3}		0,687	
X _{2,1}		0,655	
X _{2,2}		0,531	
X _{3,3}			0,889
X _{3,1}			0,849
X _{3,2}			0,779

Komponen Matrik hasil dari proses rotasi (*rotated component matrix*) memperlihatkan distribusi komponen yang lebih jelas dan nyata. Dari pemilihan indikator yang dimasukkan ke dalam faktor tersebut tidak terdapat indikator yang memiliki nilai korelasi $< 0,5$. Sehingga semua indikator memiliki pengaruh yang kuat terhadap faktor yang terbentuk.

4. Penamaan Faktor

Hasil penelitian menghasilkan tiga faktor yang terbentuk. Ketiga faktor tersebut akan diberi nama sesuai dengan indikator-indikator yang mewakilinya. Pemberian nama faktor yang baru dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut:

- a. Pemberian nama faktor harus mewakili variabel yang tercakup.
- b. Jika terdapat indikator dari variabel yang berbeda, nilai *loading factor* yang paling tinggi (urutan dalam satu kelompok faktor) dapat dijadikan nama faktor.
- c. Jika hubungan antar indikator dalam satu faktor sangat jauh, maka pemberian nama faktor dapat lebih dari satu nama.

Proses selanjutnya dilakukan dengan memberikan nama pada tiga faktor yang telah terbentuk pada Tabel 4.18.. Berikut ini penjelasan mengenai pemberian nama terhadap masing-masing faktor tersebut:

- a. Faktor 1 : *Community Support*/ Dukungan terhadap Masyarakat

Faktor ini terdiri dari Bantuan sarana dan prasarana pendidikan, Pemberian Beasiswa, Bantuan pendidikan bagi anak yatim, Perpustakaan desa, Pelatihan Keterampilan, Pengobatan gratis, Khitanan missal, *Fogging* nyamuk demam berdarah, Pengembangan UKM, Pembangunan sarana ibadah. Kontribusi varian dari faktor ini adalah 39,369% dengan *eigenvalue* 7,086. Faktor ini diberi nama faktor *Community Support* karena mencakup indikator dari

variabel *Community Support* dengan nilai *loading factor* paling tinggi sebesar 0,912.

Tabel 4.18. Penamaan Faktor

Faktor	Nama	Total	%	indikator	Faktor	Nama Indikator
		<i>Eigen Value</i>	Varian		<i>Loading</i>	
I	<i>Community Support</i>	7,086	39,369	X _{1.1}	0,912	Bantuan sarana dan prasarana pendidikan
				X _{1.10}	0,891	Pembangunan sarana ibadah
				X _{1.8}	0,861	<i>Fogging</i> nyamuk demam berdarah
				X _{1.5}	0,861	Pelatihan Keterampilan
				X _{1.6}	0,860	Pengobatan gratis
				X _{1.2}	0,843	Pemberian Beasiswa
				X _{1.3}	0,835	Bantuan pendidikan bagi anak yatim
				X _{1.9}	0,753	Pengembangan UKM
				X _{1.4}	0,750	Perpustakaan desa
				X _{1.7}	0,704	Khitanan missal
II	<i>Environment</i>	3,355	18,638	X _{2.4}	0,935	Pengelolaan limbah
				X _{2.5}	0,903	Pengendalian polusi udara
				X _{2.3}	0,687	Pengelolaan air bersih
				X _{2.1}	0,655	Program penghijauan
				X _{2.2}	0,531	Program kebersihan
III	<i>Product</i>	2,360	13,109	X _{3.3}	0,889	Pembagian produk secara gratis
				X _{3.1}	0,849	Proses produksi ramah lingkungan
				X _{3.2}	0,779	Informasi Keamanan produk

b. Faktor 2 : *Environment*/Lingkungan

Faktor ini terdiri dari Program penghijauan, Program kebersihan, Pengelolaan air bersih, Pengelolaan limbah, Pengendalian polusi udara. Kontribusi varian dari faktor ini adalah 18,638% dengan *eigen value* 3,355. Faktor ini adalah diberi nama faktor *Environment* karena indikator yang mempunyai *loading factor* paling tinggi merupakan indikator variabel *Environment* sebesar 0,935.

c. Faktor 3 : *Product*/ Produk

Faktor ini terdiri dari Proses produksi ramah lingkungan, Informasi Keamanan produk, Pembagian produk secara gratis. Kontribusi varian dari faktor ini adalah 13,109% dengan *eigen value* 2,360. Faktor ini adalah diberi nama faktor *Product* karena indikator yang ada dalam faktor ini adalah *Product*, dengan *loading factor* tertinggi sebesar 0,889.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Model Faktor

Validitas dan reliabilitas faktor dapat ditafsirkan berdasarkan nilai *loading factor*. Suatu faktor dikatakan valid, jika memiliki nilai *loading factor* lebih dari sama dengan 0,5. Faktor-faktor tersebut dinyatakan valid karena seluruh indikator dari variabel yang mendukung faktor tersebut memiliki *loading factor* lebih dari sama dengan (0,5).

Indikator-indikator dari variabel yang mendukung suatu faktor juga perlu diuji tingkat reliabilitasnya. Reliabilitas menunjukkan alat pengukur atau faktor yang digunakan dapat dipercaya. Hasil uji reliabilitas model faktor dapat dilihat pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas

Faktor	Indikator	Komunalitas	h^2	Koefisien Reliabilitas	Koefisien Pembanding	Keterangan
1	X _{1,1}	0,864	0,7439	0,966	0,6	Reliabel
	X _{1,2}	0,746				
	X _{1,3}	0,716				
	X _{1,4}	0,734				
	X _{1,5}	0,753				
	X _{1,6}	0,810				
	X _{1,7}	0,541				
	X _{1,8}	0,761				
	X _{1,9}	0,645				
	X _{1,10}	0,869				
2	X _{2,1}	0,579	0,635	0,896	0,6	Reliabel
	X _{2,2}	0,365				
	X _{2,3}	0,494				
	X _{2,4}	0,902				
	X _{2,5}	0,835				
3	X _{3,1}	0,744	0,7286	0,889	0,6	Reliabel
	X _{3,2}	0,637				
	X _{3,3}	0,805				

C. HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel *Community Support/Dukungan* terhadap Masyarakat (X_1), *Environment/Lingkungan* (X_2), dan *Product/ Produk* (X_3) terhadap variabel Citra Perusahaan (Y).

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada Tabel 4.20.

Tabel 4.20. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel		Koefisien B	t	Sig. t	Keterangan terhadap H ₀
Terikat	Bebas				
CITRA (Y)	<i>Community Support</i> (X ₁)	0,489	4,820	0,000	Ditolak
	<i>Environment</i> (X ₂)	0,301	2,964	0,000	Ditolak
	<i>Product</i> (X ₃)	0,966	9,519	0,000	Ditolak
R		= 0,729			
R Square		= 0,532			
Adjusted R Square		= 0,519			
F hitung		= 40,876			
Signifikansi		= 0,000			
n		= 112			

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 4.20 nilai F hitung sebesar 40,876, dengan nilai sig 0,000 (sig. F < 0,05) maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H₀ ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra perusahaan secara bersama-sama dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *Community Support* (X₁), *Environment* (X₂), dan *Product* (X₃).

Koefisien determinasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari analisis pada Tabel 4.20 diperoleh hasil R² (koefisien determinasi) sebesar 0,532. Artinya bahwa 53,2% variabel Citra Perusahaan secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel *Community Support/ Dukungan terhadap Masyarakat* (X₁), *Environment/*

Lingkungan (X_2), dan *Product/ Produk* (X_3). Sedangkan sisanya 46,8% variabel Citra Perusahaan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain koefisien determinasi juga didapat koefisien korelasi yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel *Community Support/Dukungan* terhadap Masyarakat (X_1), *Environment/Lingkungan* (X_2), dan *Product/ Produk* (X_3) dengan variabel Citra Perusahaan, nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0.729, nilai korelasi ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *Community Support/Dukungan* terhadap Masyarakat (X_1), *Environment/Lingkungan* (X_2), dan *Product/ Produk* (X_3) dengan Citra Perusahaan termasuk dalam kategori kuat karena berada pada selang 0,6 – 0,8.

Hubungan antara variabel *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2), dan *Product* (X_3) dengan Citra Perusahaan bersifat positif, artinya jika variabel *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2), dan *Product* (X_3) semakin ditingkatkan maka Citra Perusahaan juga akan semakin baik.

Berdasarkan pada Tabel 4.20 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10,170 + 0,489 X_1 + 0,301 X_2 + 0,966 X_3$$

Berdasarkan Tabel 4.20. dapat diinterpretasi besarnya kontribusi variabel *Community Support* sebesar 0,489, *Environment* sebesar 0,301, dan *Product* sebesar 0,966. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2), dan *Product* (X_3) berpengaruh positif terhadap Citra

Perusahaan. Dengan kata lain, apabila *Community Support* (X_1), *Environment* (X_2), dan *Product* (X_3) meningkat maka akan diikuti peningkatan Citra Perusahaan.

2. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)

Pada t test digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan Tabel 4.20 diperoleh hasil sebagai berikut :

- a) Pada t test antara X_1 (*Community Support*) dengan Y (Citra Perusahaan) koefisien regresi (β_1) sebesar 0,489 dengan t hitung = 4,820, dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) maka pengaruh X_1 (*Community Support*) terhadap Citra Perusahaan adalah signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh *Community Support* atau dengan meningkatkan *Community Support* maka Citra Perusahaan akan mengalami peningkatan.
- b) Pada t test antara X_2 (*Environment*) dengan Y (Citra Perusahaan) koefisien regresi (β_1) sebesar 0,301 dengan t hitung = 2,964, dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) maka pengaruh X_2 (*Environment*) terhadap Citra Perusahaan adalah signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh *Environment* atau dengan meningkatkan *Environment* maka Citra Perusahaan akan mengalami peningkatan.
- c) Pada t test antara X_3 (*Product*) dengan Y (Citra perusahaan) koefisien regresi (β_3) sebesar 0,966 dengan t hitung = 9,519, dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) maka

pengaruh X_3 (*Product*) terhadap Citra Perusahaan adalah signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Citra Perusahaan dipengaruhi secara signifikan oleh *Product* atau dengan meningkatkan *Product* maka Citra Perusahaan akan mengalami peningkatan.

Dari hasil keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan secara bersama-sama dan parsial.

D. PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel-variabel dalam CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang terdiri dari *Community Support*/Dukungan terhadap Masyarakat (X_1), *Environment*/Lingkungan (X_2), dan *Product*/ Produk (X_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y) sebesar 0,519. Secara Parsial ketiga variabel *Community Support*/Dukungan terhadap Masyarakat (X_1), *Environment*/Lingkungan (X_2), dan *Product*/ Produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y).

Menurut Sen and Bhattacharya (2001:112) *Community Support* (X_1) atau dukungan terhadap kegiatan masyarakat yang terdiri dari pendidikan, kesehatan, pengembangan UKM dan sarana ibadah. *Environment* (X_2) atau lingkungan merupakan menciptakan lingkungan bersih, mengelola limbah, pengelolaan air bersih dan pengendalian polusi. *Product* (X_3) atau produk yang terdiri dari proses produksi ramah lingkungan, informasi keamanan produk dan pembagian produk secara gratis. Sedangkan pada penelitian terdahulu (Vinka,2009) disebutkan bahwa ketiga variabel

Community Support (X_1), *Environment* (X_2), dan *Product* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan (Y)

Penelitian ini menggunakan dua teknik analisis yaitu Analisis Faktor dan Analisis Regresi Linier Berganda. Setelah dilakukan analisis faktor diketahui bahwa tidak ada perubahan jumlah faktor yang berpengaruh terhadap Citra Perusahaan. Faktor *Community Support* (X_1) terdiri dari 10 indikator, Faktor *Environment* (X_2) terdiri dari 5 indikator, Faktor *Product* (X_3) terdiri dari 3 indikator. Kontribusi dari faktor yang terbentuk dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Faktor 1: *Community Support*/Dukungan terhadap Masyarakat, mempunyai nilai eigen 7,086 dengan persentase varian 39,369 %. Faktor ini terdiri dari Bantuan sarana dan prasarana pendidikan ($X_{1.1}$) dengan *loading factor* 0,912, Pembangunan sarana ibadah ($X_{1.10}$) dengan *loading factor* 0,891, *Fogging* nyamuk demam berdarah ($X_{1.8}$) dengan *loading factor* 0,861, Pelatihan keterampilan ($X_{1.5}$) dengan *loading factor* 0,861, Pengobatan gratis ($X_{1.6}$) dengan *loading factor* 0,860, Pemberian beasiswa ($X_{1.2}$) dengan *loading factor* 0,843, Bantuan pendidikan bagi anak yatim ($X_{1.3}$) dengan *loading factor* 0,835, Pengembangan UKM ($X_{1.9}$) dengan *loading factor* 0,753, Perpustakaan desa ($X_{1.4}$) dengan *loading factor* 0,750, Khitanan massal ($X_{1.7}$) dengan *loading factor* 0,704.
- b. Faktor 2: *Environment*/Lingkungan, mempunyai nilai eigen 3,355 dengan persentase varian 18,638 %. Faktor ini terdiri dari Pengelolaan limbah ($X_{2.4}$) dengan *loading factor* 0,935, Pengendalian polusi udara ($X_{2.5}$) dengan *loading factor* 0,903, Pengelolaan air bersih ($X_{2.3}$) dengan *loading factor* 0,687, Program

penghijauan ($X_{2.1}$) dengan *loading factor* 0,655, Program kebersihan ($X_{2.2}$) dengan *loading factor* 0,531.

- c. Faktor 3: *Product/Produk*, mempunyai nilai eigen 2,360 dengan persentase varian 13,109 %. Faktor ini terdiri dari Pembagian produk secara gratis ($X_{3.3}$) dengan *loading factor* 0,889, Proses produksi ramah lingkungan ($X_{3.1}$) dengan *loading factor* 0,849, Informasi keamanan produk ($X_{3.2}$) dengan *loading factor* 0,779.

Faktor-faktor tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan analisis regresi, linier berganda untuk mengetahui pengaruhnya terhadap Citra Perusahaan. Hasil analisis regresi linier berganda telah menunjukkan besar pengaruh faktor-faktor tersebut secara bersama-sama dan parsial terhadap Citra Perusahaan. Berdasarkan hasil uji F, *Community Support/Dukungan terhadap Masyarakat* (X_1), *Environment/Lingkungan* (X_2), dan *Product/ Produk* (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan dengan nilai F_{hitung} sebesar 40,876 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil uji F tersebut telah menunjukkan bahwa masyarakat di lingkungan perusahaan dipengaruhi oleh faktor *Community Support/Dukungan terhadap Masyarakat* (X_1), *Environment/Lingkungan* (X_2), dan *Product/ Produk* (X_3).

- a. Pengaruh Faktor *Community Support* (X_1) terhadap Citra Perusahaan (Y). Faktor *Community Support* (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Citra Perusahaan (Y) pada tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,489 dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,820. Sehingga H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada faktor *Community Support* (X_1) terhadap Citra Perusahaan (Y).

b. Pengaruh Faktor *Environment* (X_2) terhadap Citra Perusahaan (Y). Faktor *Environment* (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Citra Perusahaan (Y) pada tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,301 dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,964. Sehingga H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada faktor *Environment* (X_2) terhadap Citra Perusahaan (Y).

c. Pengaruh Faktor *Product* (X_3) terhadap Citra Perusahaan (Y). Faktor *Product* (X_3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap Citra Perusahaan (Y) pada tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien beta sebesar 0,966 dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,519. Sehingga H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan pada faktor *Product* (X_3) terhadap Citra Perusahaan (Y).

Program CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang berkelanjutan (*sustainable*) diharapkan mampu membentuk atau menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri, dan hal ini perlu dilaksanakan dengan komitmen bersama oleh segenap unsur yang ada di dalam perusahaan. Dengan menerapkan program CSR (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang *sustainable*, perusahaan dapat memperbaiki citra lebih baik juga menjaga reputasi positif perusahaan (Kotler dan Nancy, 2005:188).