

Yususan Magister 2010:	UNIVERSITAS MERCU BUANA
Surat no.:	Sumbangan
Tanggal:	22 Februari 2011
No. Reg.:	1. 109100448 2. TM/10/176



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KEKUATAN CSR DALAM MEMBANGUN
SEBUAH CITRA PERUSAHAAN PADA
PT PANIN BANK TBK**

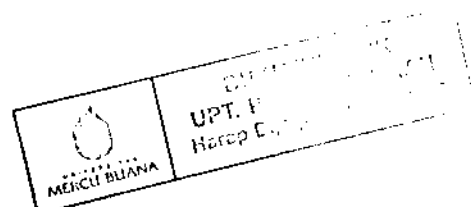
KARYA AKHIR

OLEH:

DHIAN TYAS UNTARI

55107110051

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2010**





UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KEKUATAN CSR DALAM MEMBANGUN
SEBUAH CITRA PERUSAHAAN PADA
PT PANIN BANK TBK**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

OLEH:

DHIAN TYAS UNTARI

55107110051

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2010**

ABSTRACT

Competition between Indonesian Companies looks like never stop. Especially nowadays when consumers become more critical in evaluating image of a company. Today, a good company isn't measured by profit only, but also by its effort to do its corporate social responsibility. Corporate social responsibility is also a long term investment for a company because public more accept a company which has good activities of corporate social responsibility. In long term, it will be more beneficial to company which has good image. Nowadays if a company doesn't have a good track record on doing its CRS, public will not consume the company's product or service because the negativity of corporate image.

CSR is a concept for a company that use triple bottom line concept which are profit, people and planet. CRS is a complex mix between perception, impression and empiris on customer mind about a company when the company is being compared with another company.

CSR variable as a general are, consists of building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance and protecting the environment, is use to measure the satisfaction of public on company's corporate social responsibilities activities. But CSR variable as public side are perception, impression and empiris. And variable of corporate image are, psyche, material and social.

The research is conducted by using questionnaires by 59 respondents which are currently know or being involved in CSR program by Panin Bank KCP CBD Pluit, and all the questions on questionnaire are valid and reliable. To test the influence linear regression is used.

Validity, reliability and linearity test on the questions in questionnaire gives result that all of questions are valid and reliable. The test is made at 5% of significant level.

The regression resulted in enough evidenced that CRS activities variable affect the image of Panin Bank. And t test resulted to refuse H_0 and receive H_1 . The conclusion of this research is that CSR activities variable have a significant influence to the corporate image.

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Kekuatan CSR Dalam Membangun Sebuah
Citra Perusahaan Pada PT Panin Bank Tbk**

Bentuk Karya Akhir : Riset

Nama : Dhian Tyas Untari

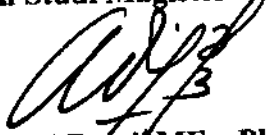
NIM : 55107110051

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Ir. Har Adi Basri, MEd., Ph.d

Pembimbing Utama



Dr. Husein Umar, MM

4. Endhita Shafa Anargya, gadis cilik yang selalu memberi semangat dalam hidup.
5. Orang Tua yang selalu memberi dukungan dan pengertiannya.
6. Budi Satria, yang telah bersama – sama melakukan riset.

Peneliti menyadari bahwa tidak akan ada hal yang sempurna, seluruh kesempurnaan adalah milik Allah, sang Maha sempurna. Sedangkan kesalahan, kekurangan, kekhilafan dan segala ketidak sempurnaan adalah milik manusia sebagai umatNya. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan dikemudian hari,

Akhir kata, semoga tesis ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 14 Januari 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pengidentifikasian Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Panin Bank	9
2.2 Misi Perusahaan	10
2.3 Strategi Panin Bank	10

2.4	Lingkup Bidang Usaha dan Sumber Daya	11
2.5	Tantangan Bisnis	16
2.6	Proses Bisnis Panin Bank	19
2.7	Daftar Program CSR Panin Bank CBD Pluit Tahun 2009	19

BAB III LANDASAN TEORI

3.1	Teori Corporate Social Responsibility	
3.1.1	Definisi CSR	21
3.1.2	Konsep triple bottom line	23
3.1.3	Area CSR	25
3.1.4	Stakeholder Perusahaan	26
3.1.5	Landasan Hukum	28
3.1.6	Bentuk – bentuk CSR	29
3.1.7	Manfaat Penerapan CSR	32
3.1.8	Piramida Corporate Social Responsibility	35
3.1.9	Dimensi Corporate Social Responsibility secara umum	35
3.1.10	Dimensi Corporate Social Responsibility di Mata masyarakat	36
3.2	Teori Citra	
3.2.1	Definisi Citra	37
3.2.2	Macam – macam Citra	38

3.2.3	Manfaat Citra Positif Perusahaan	40
3.2.4	Dimensi Citra Perusahaan	41
3.3	Hubungan CSR terhadap Citra Perusahaan	42
3.4	Rerangka Pikir	43
3.5	Penelitian Sebelumnya	43
3.6	Hipotesis	44

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1	Metode dan Objek Penelitian	45
4.2	Populasi dan Sampel	45
4.3	Operasional Variabel	47
4.4	Teknik Pengumpulan Data	
4.4.1	Data Primer	49
4.4.2	Data Skunder	49
4.4.3	Data Internal	49
4.4.4	Data Eksternal	49
4.5	Pengujian Data	50
4.6	Metode Analisa Data	
4.6.1	Analisa Deskriptif	51
4.6.2	Analisa Faktor	52
4.6.3	Analisa Regresi Linear Sederhana	52
4.7	Desain Kuisioner	
4.7.1	Model Tertutup	54

4.7.2	Skala Pengukuran Kuistioner	54
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		
5.1	Analisa Data dan Pembahasan	
5.1.1	Profil Responden	55
5.1.2	Validitas, Reliabilitas dan Uji Linearitas	59
5.2	Pembahasa Hasil Kuistioner	
5.2.1	Variabel CSR	64
5.2.2	Variabel Citra Perusahaan	67
5.3	Analisa Regresi Linear Sederhana	71
5.3.1	Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t)	72
5.4	Pembahasan Hasil Penelitian	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	78
6.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83
RIWAYAT HIDUP		101

DAFTAR TABEL

Table 4.1. Operasional Variabel Penelitian	48
Tabel 5.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 5.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 5.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 5.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 5.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan rata – rata	59
Tabel 5.6 Uji Validitas pada Variabel CSR	60
Tabel 5.7 Uji Validitas pada Variabel Citra Perusahaan	61
Tabel 5.8 Uji Reliability pada Variabel CSR	62
Tabel 5.9 Uji Reliability pada Variabel Citra Perusahaan	62
Tabel 5.10 Uji Linearitas Variabel CSR dan Citra Perusahaan	63
Tabel 5.11 Jawaban Responden Untuk Dimensi Psikis	64
Tabel 5.12 Jawaban Responden Untuk Dimensi Material	65
Tabel 5.13 Jawaban Responden Untuk Dimensi Sosial	66
Tabel 5.14 Jawaban Responden Untuk Dimensi Impresi	68
Tabel 5.15 Jawaban Responden Untuk Dimensi Harapan Masyarakat	69
Tabel 5.16 Jawaban Responden Untuk Dimensi Psikis	70
Tabel 5.17 Analisa Regresi Linear Sederhana	71
Tabel 5.18 Pembahasan Hasil Penelitian	74
Tabel 5.19 Analisa R dan R Square	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Konsep <i>Trilpe Bottem Line</i>	24
Gambar 3.2 Kaitan <i>r</i> Perusahaan dengan <i>Stakeholde</i>	27
Gambar 3.3 Piramida Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i>	33
Gambar 3.4 Kerangka Pikir	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuistioner)	83
Lampiran 2 Profil Responden	87
Lampiran 3 (Hasil kuistioner variabel CSR)	89
Lampiran 4 (Hasil kuistioner variabel Citra Perusahaan)	91
Lampiran 5 (Ourput Spss Frequencies profile responden)	93
Lampiran 6 (Output Spss Correlations variabel X)	95
Lampiran 7 (Output Spss Reliability variabel X)	96
Lampiran 8 (Output Spss Correlations variabel Y)	97
Lampiran 9 (Output Spss Reliability variabel Y)	98
Lampiran 10 (Output Spss Linear)	99
Lampiran 11 (Output Spss Regression)	100

ABSTRAK

Persaingan perusahaan – perusahaan di Indonesia seakan tidak pernah berhenti. Apalagi pada saat ini dimana konsumen lebih kritis dalam menilai baik buruknya suatu perusahaan. Saat ini perusahaan yang baik tidak hanya dinilai dari profit yang dihasilkan saja, tetapi perusahaan mempunyai tanggungjawab lebih untuk ikut berkontribusi dalam pelaksanaan tanggungjawab sosialnya. Dengan demikian CSR juga merupakan suatu bentuk investasi jangka panjang perusahaan karena dengan menjalankan tanggungjawab sosialnya, perusahaan akan lebih mudah diterima oleh masyarakat sehingga perusahaan akan dinilai baik oleh masyarakat. Sebaliknya jika CSR perusahaan tidak baik, maka masyarakat akan cenderung menilai negatif pada perusahaan tersebut. Sehingga keberadaan CSR saat ini menjadi semakin penting bagi perusahaan terutama untuk menciptakan citra perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep dimana perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya tidak hanya melakukan tanggungjawab ekonomi saja, yaitu mencari untung atau profit belaka, melainkan juga melakukan tanggungjawab sosial dan tanggungjawab kepada lingkungannya. Sedangkan citra adalah perpaduan yang kompleks antara persepsi, imgesi dan empiris yang dimiliki oleh konsumen mengenai suatu objek ketika objek tersebut dibandingkan dengan objek lain yang sejenis, dalam hal ini objek tersebut adalah perusahaan.

Variabel CSR secara umum yang memiliki dimensi *building human capital, strengthening economies, assessing social cohesion, encouraging good governance* dan *protecting the environment*. Tetapi dimata masyarakat CSR memiliki dimensi yaitu, psikis, material dan sosial. Sedangkan sebagai variable pengukur citra perusahaan memiliki dimensi yaitu persepsi, imgesi dan empiris.

Penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebar kepada 59 responden dimana kuisioner ditujukan kepada masyarakat yang telah terlibat langsung dalam kegiatan CSR PT Panin Bank dimana program CSR yang dilibatkan adalah lomba lukis tingkat SD yang setiap 2 kali dalam setahun dilaksanakan oleh Panin Bank KCP CBD Pluit. Untuk menguji pengaruh variabel CSR terhadap citra Panin Bank digunakan analisa regresi linear. Sedangkan dalam menguji H_0 dan H_1 digunakan uji t.

Dalam hasil pengujian validitas, reliabilitas dan lineritas terhadap pertanyaan kuisioner diperoleh hasil bahwa seluruh pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil analisa regresi linear penelitian menunjukkan terdapat cukup bukti bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap variabel citra perusahaan. Dalam analisa dengan menggunakan uji t dan merupakan kesimpulan hasil penelitian bahwa CSR berpengaruh cukup signifikan terhadap citra perusahaan

KATA PENGANTAR

Maha Besar Allah yang selalu memberikan limpahan rahmatNya kepada seluruh umatNya. Dan atas berkat rahmatNyalah akhirnya tesis ini dapat terselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dari Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dan dukungan dari pihak yang telah membantu dengan sepenuh hati, memberikan bantuan dengan memberikan bimbingan, penjelasan, petunjuk dan pengarahan. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak - pihak yang telah membantu dan membimbing selama proses penelitian, yaitu :

1. Bapak Husein Umar, selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, serta berbagi ilmu dan saran ditengah kesibukan beliau. Sebuah kehormatan dan kebanggaan yang amat dalam bagi peneliti atas kesedian beliau untuk menjadi dosen pembimbing dalam tesis ini
2. Seluruh Dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan ilmu dalam proses pengajaran selama peneliti kuliah di Universitas Mercu Buana.
3. Seluruh pihak Panin Bank KCP CBD Pluit: Bapak Ricky S, Ferdinan R, Felma, Dwi, Lyra, Christine, Latifa, Fani, Lami dan semua yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala kontribusinya.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Pengaruh Kekuatan CSR Dalam Membangun Sebuah

Citra Perusahaan Pada PT Panin Bank Tbk

Bentuk Karya Akhir : Riset

Nama : Dhan Tyas Untari

NIM : 55107110051

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 14 Januari 2010

Merupakan hasil study pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumber dan dapat diperiksa kebenarannya.

akarta 9 Januari 2010
Dhan Tyas Untari
6000
29122A
METERAI
TEMPEL
DJP