

**SKRIPSI**

**PENERAPAN KONSEP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PENGARUHNYA TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN PADA PT. RIAU ANDALAN PULP AND PAPER (RAPP) ESTATE CERENTI**



**Oleh:**

**WANDI YUSRI  
NPM: 200412009**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI  
TELUK KUANTAN  
2024**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN KONSEP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PENGARUHNYA TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN PADA PT. RIAU ANDALAN PULP AND PAPER (RAPP) ESTATE CERENTI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi



Oleh :

**WANDI YUSRI**  
**NPM: 200412009**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS ISLAM KUANTAN SINGINGI**  
**TELUK KUANTAN**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
UJIAN SKRIPSI**

**PENERAPAN KONSEP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) DAN PENGARUHNYA TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN  
PADA PT. RIAU ANDALAN PULP AND PAPER (RAPP) ESTATE  
CERENTI**

Disusun dan diajukan oleh :

**WANDI YUSRI  
200412009**

Telah diperiksa dan disetujui  
oleh Komisi Pembimbing

Teluk Kuantan, 29 Agustus 2024

**Pembimbing I**



**Yeni Sapridawati, SE., M.Ak  
NIDN. 1011019002**

**Pembimbing II**



**Yul Emri Yulis, SE., M.Si  
NIDN. 1014038901**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ilmu Sosial  
Universitas Islam Kuantan Singingi**



**Rina Andriani, SE., M.Si  
NIDN. 1003058501**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA  
PT. RIAU ANDALAN PULP AND PAPER (RAPP) ESTATE CERENTI)**

Disusun dan diajukan oleh :

**WANDI YUSRI**

**200412009**

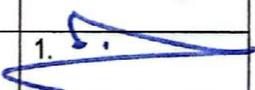
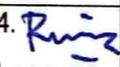
Telah Dipertahankan Dalam Sidang Ujian Skripsi

Pada Tanggal **29 Agustus 2024**

Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

Menyetujui,

Dewan Sidang Ujian Skripsi

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	M. Irwan., SE., M.M	Ketua Dewan Sidang	1. 
2	Yeni Sapridawati., SE., M.Ak	Pembimbing I	2. 
3	Yul Emri Yulis., SE., M.Si	Pembimbing 2/ Sekretaris	3. 
4	Rina Andriani., SE., M.Si	Anggota 2	4. 
5	Diskhamarzaweny., SE., M.M	Anggota 3	5. 

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial



Rika Ramadhanti, S.IP., M.Si  
NIDN. 1030058402

Ketua  
Program Studi Akuntansi



Rina Andriani, SE., M.Si  
NIDN. 1003058501

## ABSTRAK

### **PENERAPAN KONSEP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PENGARUHNYA TERHADAP REPUTASI PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA PT. RIAU ANDALAN PULP AND PAPER (RAPP) ESTATE CERENTI)**

Wandi Yusri  
Yeni Sapridawati  
Yul Emri Yulis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan konsep *corporate social responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap reputasi Perusahaan pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) estate cerenti. Ide yang mendasari *corporate social responsibility* (CSR) sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial dapat menjadi sumber inovasi bagi Perusahaan dalam meningkatkan reputasi dan citra positif Perusahaan. Populasi penelitian adalah masyarakat yang menjadi penerima program CSR yang dijalankan oleh PT. RAPP Estate Cerenti dan penentuan sampel menggunakan Teknik *sampling insidental*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 91 responden yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, wawancara dan kuesioner yang diukur dengan skala likert. Analisis data dengan menggunakan metode regresi linear sederhana dengan bantuan software SPSS versi 21. Dalam penelitian ini menggunakan variable independent yaitu konsep *corporate social responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan (Y) sebagai variabel dependen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan konsep *corporate social responsibility* (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti dinilai baik atau positif, baik pada indikator ekonomi, sosial maupun lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada indikator ekonomi yaitu sebanyak 335 kali atau sebanyak 92,6% dan pada indikator sosial sebanyak 355 kali atau sebesar 86,5% sedangkan pada indikator lingkungan sebanyak indikator lingkungan sebanyak 325 kali atau sebesar 89,3% dan konsep *corporate social responsibility* (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini dilihat dari nilai t tabel 1,662 dan t hitung 8,326 serta nilai signifikan berada di bawah 0,05. Maka  $8,326 > 1,662$  dan  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa  $H_1$  di terima yang artinya variabel konsep *corporate social responsibility* (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi Perusahaan

**Kata Kunci :** Etika Bisnis, Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR), Reputasi Perusahaan.

## **Abstract**

### **APPLICATION OF THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND ITS INFLUENCE ON COMPANY REPUTATION (CASE STUDY AT PT. RIAU ANDALAN PULP AND PAPER (RAPP) ESTATE CERENTI)**

Wandi Yusri  
Yeni Sapridawati  
Yul Emri Yulis

*This research aims to determine the application of the concept of corporate social responsibility (CSR) and its influence on the company's reputation at PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) estate Cerenti. The ideas underlying corporate social responsibility (CSR) are often considered the core of business ethics. Business ethics and social responsibility can be a source of innovation for the Company in improving the Company's reputation and positive image. The research population is the community who are recipients of the CSR program run by PT. RAPP Estate Cerenti and sample determination using incidental sampling technique. This research used a sample of 91 respondents which was calculated using the Slovin formula. Data collection was carried out using documentation, interviews and questionnaires which were measured using a Likert scale. Data analysis used a simple linear regression method with the help of SPSS version 21 software. In this study, independent variables were used, namely the concept of corporate social responsibility (CSR) and company reputation (Y) as the dependent variable.*

*The results of this research show that the application of the concept of corporate social responsibility (CSR) at PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti is assessed as good or positive, both in terms of economic, social and environmental indicators. This is proven by the respondents' answers stating they agree and strongly agree on economic indicators, namely 335 times or 92.6% and on social indicators 355 times or 86.5%, while on environmental indicators there are 325 times or 89%. .3% and the concept of corporate social responsibility (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti has a positive and significant influence on the company's reputation. This can be seen from the t table value of 1.662 and t count of 8.326 and the significant value is below 0.05. So  $8.326 > 1.662$  and  $0.000 < 0.05$  which shows that H1 is accepted, which means the PT corporate social responsibility (CSR) concept variable. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti has a positive and significant influence on the Company's reputation.*

**Keywords:** *Business ethics, Concept of Corporate Social Responsibility (CSR), Company Reputation.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat umum, tentunya sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat. CSR berkaitan dengan tanggung jawab lingkungan sosial, kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup masyarakat. Perusahaan (korporasi) dalam hal ini berperan dalam mendorong perekonomian masyarakat yang sehat dengan tetap mempertahankan faktor lingkungan.

Perkembangan bisnis sudah sampai tahap global dengan dinamika perubahan yang begitu pesat dan persaingan yang semakin meningkat. Tantangan yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan akan sangat beragam. Kurangnya kesadaran sebuah perusahaan akan tanggung jawab sosialnya akan membuat suatu *entitas* itu dipandang negatif bahkan bisa menimbulkan konflik bagi perusahaan tersebut. Oleh karena itu dengan adanya prestasi, perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dan citra positif dari masyarakat. Maka perlu bagi perusahaan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat agar apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat terlaksana sesuai dengan yang direncanakan.

Peningkatan perhatian dan kekhawatiran terhadap dampak bisnis yang ditimbulkan seperti lingkungan dan dampak isu sosial telah mendorong sejumlah perusahaan secara aktif mengelolanya. Oleh sebab itu muncul kesadaran dari pihak perusahaan untuk mengurangi dampak-dampak negatif yang ditimbulkan dalam melakukan operasi bisnis tersebut, maka mulai berkembanglah konsep

*Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat mendorong serta menjaga reputasi perusahaan dan siklus hidup perusahaan.

Reputasi perusahaan harus ditingkatkan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, karena reputasi perusahaan dinilai sebagai aset penting yang dapat digunakan oleh suatu *entitas* sebagai keunggulan *kompetitif* (bersaing) dan kinerja perusahaan. Reputasi perusahaan adalah bentuk persepsi, evaluasi atau penilaian konsumen terhadap atribut atau kemampuan perusahaan berdasarkan reaksinya terhadap pemakaian produk dan jasa, pelayanan serta interaksi dan komunikasi dengan perusahaan sehingga membentuk image/citra keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang (Riad, 2022). Reputasi yang baik akan meningkatkan *kredibilitas* yang membuat masyarakat lebih percaya diri bahwa mereka akan mendapatkan apa yang telah dijanjikan oleh perusahaan terhadap mereka.

Citra merupakan perasaan atau keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap sebuah organisasi, dengan kata lain reputasi perusahaan adalah evaluasi (penghormatan, penghargaan, dan penilaian) atas citra organisasi dari masyarakat. Citra perusahaan adalah keseluruhan kesan (perasaan dan keyakinan) terhadap sebuah entitas (organisasi, negara atau *brand* tertentu) yang ada dalam pikiran masyarakat (Rahmayanti, 2014).

Perusahaan sebagai entitas bisnis yang berorientasi pada pencapaian *profit* (laba) yang maksimal, terkadang menghadapi masalah dalam hal pencapaian tujuan perusahaan. Masalah-masalah tersebut biasanya berasal dari internal (dalam perusahaan) maupun eksternal (luar perusahaan). Dari internal atau yang lazim disebut sebagai sebagai *stakeholder* primer (*primary stakeholders*) yang terdiri dari pegawai/karyawan, serta keluarga pegawai

terkadang menuntut perusahaan agar lebih memperhatikan kesejahteraan masyarakat terutama ditempat perusahaan tersebut beroperasi dengan tetap memperhatikan lingkungan sekitar. Sementara itu masyarakat juga sering mengalami kerugian dari keberadaan satu perusahaan, tentunya mereka tidak akan tinggal diam. Mereka mengharapkan agar perusahaan yang beroperasi di sekitar mereka lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap mereka.

Praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh berbagai perusahaan telah diterapkan dan terus berkembang dari masa ke masa. Program CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak lagi hanya dipandang sebagai model dari pemasaran. Pada saat sekarang ini suatu kegiatan CSR juga harus memperhatikan aspek lingkungan hidup, pemberdayaan masyarakat sekitar, konsumen, dan sumber daya manusia pada perusahaan itu sendiri.

PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan *pulp* dan kertas menyadari hal di atas. Berbagai kegiatan amal dan sukarela yang terus dilakukan guna memberikan perhatian yang lebih kepada masyarakat dan lingkungannya, yaitu dengan menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR). Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut *corporate social responsibility* (CSR) dapat dikatakan sebagai suatu kepercayaan bahwa para *manager* dalam menjalankan fungsi dan mengelolah usaha serta mengambil keputusan yang didasarkan kepada pemaksimalan kepentingan sosial dan ekonomi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single buttom line* dalam bentuk ekonomi dan nilai perusahaan saja, tetapi

juga berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan (Wati, 2019).

Konsep CSR di Indonesia sudah berkembang ke arah yang lebih baik dengan meningkatnya perhatian perusahaan terhadap masyarakat terutama disekitar tempat perusahaan beroperasi. Bowerm mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Mardikanto, 2020:86). CSR dianggap penting karena keberadaan asset-aset perusahaan yang begitu dekat dengan masyarakat dan kemudian CSR diharapkan mampu menimbulkan kepedulian masyarakat untuk ikut menjaga sarana perusahaan. Perencanaan dan implementasi CSR PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti membutuhkan strategi tertentu yang disesuaikan dengan kondisi eksternal dan internal lingkungan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Bapak Emisba selaku *Community Development Officer* (CDO) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti dan diperoleh informasi bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk pertanggung jawaban perusahaan kepada lingkungannya dalam mewujudkan kondisi yang ideal kepada masyarakat secara umum maupun dalam usaha menjaga kelestarian lingkungan, PT. RAPP telah mengeluarkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan sebaik-baiknya dan *sustainable* (berkelanjutan) yang ditujukan kepada masyarakat terutama di sekitar tempat perusahaan beroperasi. Kemudian beliau mengatakan bahwa yang menjadi permasalahan dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai CSR yang menganggap CSR merupakan bantuan berupa material bukan non material (pelatihan dan jasa)

sehingga masyarakat kesulitan dalam memandang CSR sebagai sebuah inovasi perusahaan dalam mengelolah model bisnis perusahaan, hal ini dapat menyebabkan CSR bias menjadi teknologi baru yang digunakan untuk pemasaran dari perusahaan agar mampu lebih menarik konsumen dan meningkatkan *branding* perusahaan.

**Tabel 1. 1**  
**Bantuan program CSR Estate Cerenti**

No	Tahun	Program	Nominal
1	2019	Social Infrastruktur	Rp. 51.296.861
		Agribisnis	Rp. 49.090.000
		School Equipment	Rp. 244.419.136
		School Improvement	Rp. 287.373.508
		Scholarship	Rp. 178.000.000
<b>Total</b>			<b>Rp. 829.584.605</b>
2	2020	Agribusiness	Rp. 69.786.770
		Education	Rp. 12.692.501
		SME	Rp. 7.500.000
		Social Cultural	Rp. 175.515.848
		Social infrastructure	Rp. 16.799.002
		Community Health	Rp. 84.225.219
		Scholarship	Rp. 153.500.000
		School Improvement	Rp. 71.514.944
<b>Total</b>			<b>Rp. 591.534.284</b>
3	2021	School Improvement	Rp. 214.050.908
		Scholarship	Rp. 143.000.000
		School Equipment	Rp. 4.500.000
		Agribusiness	Rp. 137.579.782
		SME Offline	Rp. 11.260.000
		Community Health	Rp. 35.276.383
		Social Infrastructure	Rp. 56.128.199

<b>Total</b>			<b>Rp. 601.795.272</b>
4	2022	Social Cultural	Rp. 216.792.367
		Agribusiness	Rp. 54.051.315
		SME Offline	Rp. 870.000
		Scholarship	Rp.119.000.000
		School Improvement	Rp. 89.208.084
		Community Health	Rp. 30.196.506
		Social Infrastructure	Rp. 26.805.800
<b>Total</b>			<b>Rp. 536.744.072</b>

Sumber: Bantuan CD PT. RAPP Estate Cerenti, 2019-2022

Dilihat dari tabel 1.1 pada tahun 2019 bantuan program CSR Estate Cerenti sebesar Rp. 829.584.605, di tahun 2020 adanya penurunan sebesar Rp. 238.050.321 yaitunya sebesar 28,7% dengan realisasi sebesar Rp. 591.534.284, adanya penurunan realisasi CSR ini berarti terjadi peningkatan swadaya atau bisa diartikan terjadinya pengembangan kemandirian masyarakat (penerima CSR) dalam melakakukan sesuatu dengan kemampuan sendiri/kekuatan (tenaga) sendiri. Pada tahun 2021 terjadi kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar Rp. 10.260.988 yaitunya sebesar 1,7% dengan realisasi tahun 2021 Rp. 601.795.272. Pada tahun 2022 bantuan program CSR mengalami penurunan sebesar Rp. 65.051.200 yaitunya 10,8% dengan realisasi tahun 2022 sebesar Rp .536.744.072, hal ini berbanding terbalik dengan adanya peningkatan CSR justru telah terjadi penurunan pengembangan kemandirian masyarakat dalam melakukan sesuatu dengan kemampuan sendiri/kekuatan (tenaga) sendiri.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki konsep utama menciptakan *sustainability* atau keberlanjutan dalam seluruh kegiatan bisnis dengan tetap menyeimbangkan kepentingan ekonomi, sosial, serta lingkungan yang tujuannya mendapatkan izin sosial beroperasi, mendapatkan penghargaan

dan pengakuan dari masyarakat sehingga membantu menciptakan reputasi perusahaan yang baik dan mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian terdahulu yang telah membahas tentang pengaruh konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah penelitian yang dilakukan oleh Islamiyah (2016) mengenai Penerapan Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada Pt. Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar). Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari variabel konsep CSR terhadap reputasi perusahaan.

Hasil penelitian Mirnawati (2017) mengenai pengaruh konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi perusahaan studi kasus pada PT. Bank Sulselbar Cabang Masamba menjelaskan adanya pengaruh positif penerapan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi perusahaan studi kasus pada PT. Bank Sulselbar Cabang Masamba dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 5% atau 0,05.

Selanjutnya hasil penelitian Afifah (2021) mengenai pengaruh konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan menjelaskan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut membuktikan bahwa CSR yang diterapkan perusahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi reputasi perusahaan. Dalam penelitian yang penulis lakukan pada PT. RAPP terdapat beberapa perbedaan yaitu terdapat pada masalah yang dihadapi dalam penerapan konsep CSR adalah kurangnya pemahaman dan pola pikir masyarakat dalam memandang CSR sebagai sebuah inovasi perusahaan dalam mengelola model bisnis perusahaan,

sehingga CSR bias menjadi teknologi baru yang digunakan untuk pemasaran dari perusahaan agar mampu lebih menarik konsumen dan meningkatkan *branding* perusahaan dengan melihat fenomena-fenomena disekitar PT. RAPP Estate Cerenti akan tanggung jawabnya terhadap masyarakat yang dapat dilihat dengan realisasi biaya CSR yang di alokasikan selama 4 tahun berturut-turut yang terjadi peningkatan dan penurunan.

Kita telah mengetahui betapa pentingnya hubungan masyarakat bagi reputasi perusahaan. Membangun reputasi yang baik di mata masyarakat setempat sangatlah susah, namun untuk menghancurkannya sangatlah mudah. Dalam sebuah organisasi yang besar, satu perbuatan kecil dapat memiliki dampak yang luar biasa terhadap perusahaan. Namun demikian, perbuatan kecil tersebut juga dapat menjadikan sebuah tindakan yang positif. Untuk mendapatkan kenyamanan dalam bermasyarakat setiap perusahaan harus memiliki visi dan aspirasi, dengan menciptakan, menerapkan, memonitor dan mengukur strategi pola hubungan masyarakat secara profesional.

Berdasarkan uraian diatas, maka perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam upaya menjaga pola hubungan yang baik dengan lingkungan masyarakat dalam meningkatkan reputasi/citra perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana upaya dan peranan perusahaan dalam meningkatkan reputasi perusahaan tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Penerapan Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan Pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) *Estate Cerenti*”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah Penerapan Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penerapan Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Reputasi Perusahaan pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Diharapkan melalui penelitian ini dapat menambah wawasan tentang pengaruh penerapan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Reputasi Perusahaan pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti, serta memberikan sarana dalam pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis dijenjang perkuliahan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, dapat dijadikan tambahan ilmu pengetahuan dan informasi mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Reputasi Perusahaan. Dan juga nantinya menjadi bekal didalam

menerapkan ilmu yang telah diperoleh pada masa perkuliahan kedalam dunia kerja yang sesungguhnya.

2. Bagi Perusahaan, sebagai pemahaman dan peringatan kembali tentang betapa penting dan wajibnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari suatu perusahaan kepada masyarakat dan Karyawan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi organisasi atau perusahaan dalam mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) dan segala kebijakan yang berkaitan langsung dengan prospek SDM secara lebih baik lagi.
3. Bagi Peneliti Lainnya, sebagai bahan masukan, sumber informasi dan dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya sehingga hasilnya dapat lebih baik dari penelitian terdahulu.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui penerapan *konsep corporate social responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap reputasi perusahaan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penerapan konsep konsep *corporate social responsibility* (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti dinilai baik atau positif, baik pada indikator ekonomi, sosial maupun lingkungan. Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden menyatakan setuju dan sangat setuju pada indikator ekonomi yaitu sebanyak 335 kali atau sebanyak 92,6% dan pada indikator sosial sebanyak 355 kali atau sebesar 86,5% sedangkan pada indikator lingkungan sebanyak indikator lingkungan sebanyak 325 kali atau sebesar 89,3%.
2. konsep *corporate social responsibility* (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hal ini dilihat dari nilai t tabel 1,662 dan t hitung 8,326 serta nilai signifikan berada di bawah 0,05. Maka  $8,326 > 1,662$  dan  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa  $H_1$  di terima yang artinya variabel konsep *corporate social responsibility* (CSR) PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi Perusahaan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis, pembahasan dan kesimpulan, adapun implikasi dari penelitian yang telah penulis lakukan, yaitu dinyatakan dalam bentuk saran-saran yang diberikan melalui hasil penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Bagi Perusahaan, sebagai pemahaman, masukan, dan peringatan kembali tentang betapa penting dan wajibnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari suatu perusahaan kepada masyarakat dan Karyawan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga bagi organisasi atau perusahaan dalam penerapan konsep CSR yang berkelanjutan.
2. Bagi masyarakat sekitar, diharapkan penerapan konsep CSR menjadikan masyarakat lebih mandiri dan terampil melalui program pelatihan, serta dapat berpartisipasi dalam pelaksanaan berbagai program yang dilaksanakan oleh perusahaan.
3. Bagi pemerintah, diharapkan melalui CSR akan tercipta hubungan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi masalah sosial, seperti kemiskinan, pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan masukan, sumber informasi dan dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya sehingga hasilnya dapat lebih baik dari penelitian terdahulu. Kemudian diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar agar hasil yang diperoleh dapat menjadi lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Echdar, Saban dan Maryadi. 2019. *Business ethics and entrepreneurship (etika bisnis dan kewirausahaan)*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Fatmawatie Naning. 2017. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. STAIN Kediri Press. Jawa Timur.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Mardikanto Totok. 2020. *Corporate Social Responsibility Tanggung Jawab Sosial Korporasi*, Alfabeta CV, Bandung.
- Riadi Muchlisin, *Reputasi Perusahaan (Pengertian, Aspek, dan Indikator)*, 2022.
- Rivai, veithzal. 2020. *Pemimpin dan Kepemimpinan dalam Organisasi*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Ramadhan Muhammad. 2021. *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara. Surabaya.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sekaran, uma dan bougi, roger. 2019. *Metode Penelitian Untuk Bisnis (Pendekatan Pengembangan Keahlian)*. Jakarta: salemba empat.
- Said, Ahmad Lamo. (2018). *Corporate social responsibility dalam perspektif governance*. Deepublish.Yogyakarta.
- Sentika Sarah, Dkk. 2023. *Kepemimpinan dan Etika Dalam Msdm*. CV. Intelektual Manifest Media. Bandung.

### Skripsi /Jurnal

- Afifah, Nur. .2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Stiesia Surabaya, Jawa Timur.
- Astuti, Linda. 2020. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kesejahteran Masyarakat di Sekitar PT. Panca Usaha Palopo Plywood*. Jurnal STIE Muhammadiyah Palopo.
- Fitriani, Desri. 2020. *Strategi Humas Pt. Riau Andalan Pulp & Paper Dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Kepada*

*Masyarakat Kelurahan Kerinci Barat Kabupaten Pelalawan Tahun 2018.*  
Skripsi Ilmu Komunikasi: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas  
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Islamiyah, Nur. 2016. *Penerapan konsep Corporate Sosial Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Reputasi Perusahaan (studi kasus pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar).* Skripsi Akuntansi.
- Irwondy Irvian Syahbani dan Musa Hubeis. 2016. *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Non-Keuangan Di Kantor Pusat PT. Asuransi Jasa Indonesia,* Jurnal Manajemen dan Organisasi, Vol VII, No 2, 99.
- Karina, D.R.M dan Iwan Setiadi. 2020. *Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi.* Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana (JRAMB)
- Mirnawati. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Masamba).* Skripsi Akuntansi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nofrianti, Aulia dan Erwin Saraswati.2020. *pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate goverance pada reputasi perusahaan (studi kasuspada perbankan di Indonesia,jurnal accounting department,fakulty of economics and business, Brawijaya University Jl.MT.Haryono 165, Malang65141, Indonesia.*
- Putri, Ayu Kumala. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi.* Jurnal Aplikasi Manajemen
- Rahmayanti, D.R. 2014. *Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Membangun Reputasi Perusahaan.* Jurnal Ilmu Komunikasi 11.1
- Razak, Linda Arisanty. 2020. *Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada PT Bank Danamon Idonesia Tbk.* Jurnal Ilmu Akuntansi
- Tarigan, Roy Marthin. 2014. *Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Terhadap Keputusan pembelian,* (Jurnal Program Studi Sastra-1 Manajemen Ekstensi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera.
- Wulandari, Siti. 2020. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Profitabilitas Perusahaan.* Jurnal Repository Universitas Jember.