

**APPLICATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CORPORATE GOVERNANCE,
MANAGEMENT COMMITMENTS AND BUSINESS ETHICS ON ORGANIZATION
REPUTATION IN COMPANIES PT. PERTAMINA IN MUARO JAMBI DISTRICT**

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *CORPORATE GOVERNANCE*, KOMITMEN
MANAJEMEN DAN ETIKA BISNIS TERHADAP REPUTASI ORGANISASI PADA
PERUSAHAAN PT. PERTAMINA DI KABUPATEN MUARO JAMBI**

Oleh:

Reni Yustien¹⁾, Andi Mirdah²⁾

^{1&2)}*Dosen Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, Tahun 2020*

Email: ¹⁾ reni.yustien@unja.ac.id ²⁾ andimirdah09@gmail.com

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) is a concept that can bring companies to carry out its responsibilities to the environment and society. Companies are required to be socially responsible. This happens because there are economic disparities between businesses that often have negative impacts on the environment. It is the background of the emergence of the concept of CSR. Along with the rapid development of the world sector. Various private sector, governments, organizations, communities, education, seeks to define and promote the social responsibility of the business sector in relation to society and the environment. PT. Pertamina, which is in the district Muaro has implemented several CSR activities by paying attention and contribution to the development community around its area of operations through its Corporate Social Responsibility (CSR) based on management planning. The company's role in managing the resources responsible for managing the resources entrusted by society with both a liability (compulsory). The implementation of CSR in companies Pertamina impact also on the implementation of CSR programs with a level of consistency to the Corporate Governance, Management Commitment, Business Ethics as a system that directs and controls the company as a form of liability because the regulations governing the balance of the company with the environment that is realized through CSR. This study aims to prove the influence of Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Governance, Management Commitment, Business Ethics on Organizational Reputation at Pertamina Company located in the district Muaro Jambi Province.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Governance Practices, Management Commitment, Business Ethics and Organizational Reputation

ABSTRAK

Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*) merupakan suatu konsep yang dapat membawa perusahaan agar melaksanakan tanggungjawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. Perusahaan dituntut untuk bertanggungjawab secara sosial. Hal ini terjadi karena terdapat ketimpangan ekonomi antara pelaku usaha yang sering membawa dampak negatif bagi lingkungan. Hal inilah yang melatar belakangi munculnya konsep CSR. Seiring dengan pesatnya perkembangan sektor dunia. Berbagai kalangan swasta, pemerintahan, organisasi, masyarakat, dunia kependidikan, berupaya merumuskan dan mempromosikan tanggungjawab sosial sektor usaha dalam hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan. PT. Pertamina yang berada di kabupaten Muaro Jambi telah menerapkan beberapa kegiatan CSR dengan memberikan perhatian dan kontribusi terhadap pengembangan masyarakat sekitar daerah operasinya melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)* berdasarkan perencanaan manajemen. Peran perusahaan dalam mengelola sumber daya bertanggungjawab untuk mengelola sumber daya yang dipercayakan oleh masyarakat dengan baik yang bersifat sebagai kewajiban (*compulsory*). Penerapan CSR pada perusahaan Pertamina berdampak juga pada penerapan program-program CSR dengan tingkat konsistensinya kepada *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen, Etika Bisnis sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan sebagai bentuk suatu kewajiban karena adanya regulasi yang mengatur keseimbangan perusahaan dengan lingkungannya yang diwujudkan melalui program CSR. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh Tanggung Jawab Sosial (CSR) perusahaan, *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen, Etika Bisnis terhadap Reputasi Organisasi pada Perusahaan Pertamina yang berada di kabupaten Muaro Jambi Provinsi Jambi.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial (CSR), Praktik *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen, Etika Bisnis dan Reputasi Organisasi

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Saat ini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah memperhatikan aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut triple bottom line. Sinergis dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) (Wibisono, 2007).

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan pertamina yang berada di Kabupaten Muaro Jambi, Propinsi Jambi. Alasan pemilihan objek ini dikarenakan perusahaan-perusahaan perminyakan yang berada di kabupaten Muaro Jambi harus lebih memperhatikan isu-sosial dan pengembangan hubungan-hubungan sosial terkait dengan penduduk lokal atau masyarakat setempat yang semakin penting. PT. Pertamina unit eksplorasi sudah melakukan penerapannya, namun belum sepenuhnya konsisten dalam memiliki tujuan perusahaan, memelihara hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar daerah operasinya serta bekerja sama dengan pemerintah untuk memberikan manfaat yang besar bagi masyarakat di daerah sekitar operasinya melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan perkembangannya pada era globalisasi juga semakin menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan reputasi sebagai alat untuk mengukur kinerja secara keseluruhan dimata konsumennya yang menyatakan bahwa reputasi merupakan satu-satunya cara untuk mengukur karakter perusahaan. Reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kelangsungan hidup dan profitabilitas perusahaan, serta mekanisme yang efektif untuk mempertahankan atau memperoleh keunggulan bersaing (Kartikasari 2008).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan apa yang telah diuraikan dalam latar belakang penelitian dapat dirumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut:

1. Membuktikan *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis Berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
2. Membuktikan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
3. Membuktikan *Corporate Governance* berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
4. Membuktikan Komitmen Manajemen berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
5. Membuktikan Etika Bisnis berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Membuktikan *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis Berpengaruh terhadap reputasi Organisasi.
2. Membuktikan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
3. Membuktikan *Corporate Governance* berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
4. Membuktikan Komitmen manajemen berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.
5. Membuktikan Etika Bisnis berpengaruh terhadap Reputasi Organisasi.

2. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*

Menurut Gray et. al (1987) Ruang lingkup tanggung jawab sosial (CSR) antara lain: (a) *Basic Responsibility*, tanggung jawab yang muncul karena keberadaan perusahaan, (b) *Organizational Responsibility*, tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi kepentingan stakeholder, yaitu karyawan, konsumen, pemegang saham dan masyarakat dan (c) *Societal Responsibility*, tanggung jawab yang menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan masyarakat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.

2.1.2. *Corporate Governance*

Corporate Governance dan *Corporate Social Responsibility* merupakan dua strategi yang tidak dapat dipisahkan seperti dua sisi mata uang (Bhimani dan Soonawalla, 2003). Beberapa pakar mengatakan bahwa *corporate governance* merupakan pilar dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate governance* adalah sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada *stakeholders*.

2.1.3. Penerapan Etika Bisnis

Etika bisnis merupakan cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan dan juga masyarakat. Etika bisnis dalam suatu perusahaan dapat membentuk nilai, norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan/mitra kerja, pemegang saham, masyarakat.

2.1.4. Komitmen Manajemen

Menurut Steers dan Porter (1983), suatu bentuk komitmen kerja yang muncul bukan hanya bersifat loyalitas yang pasif, tetapi juga melibatkan hubungan yang aktif dengan organisasi kerjayang memiliki tujuan memberikan segala usaha demi keberhasilan organisasi kerja yang bersangkutan. Mowday (1982) mendefinisikan komitmen kerja sebagai kekuatan relatif dari identifikasi individu dan keterlibatannya dengan organisasi kerja. Sementara Mitchell (1982) memandang komitmen kerja sebagai suatu orientasi nilai terhadap kerja yang menunjukkan bahwa individu sangat memikirkan pekerjaannya, pekerjaan memberikan kepuasan hidup dan pekerjaan memberikan status bagi individu.

Manajemen sangat dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan-kegiatan perusahaan (Handoko, 2003). Murwaningsari (2009) mengungkapkan bahwa *corporate governance* (kepemilikan manajerial dan institusional) mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.5. Reputasi Organisasi

Fombrun (1996) mendefinisikan reputasi perusahaan sebagai kombinasi dari kenyataan (kinerja sosial dan ekonomi) dan persepsi (kinerja yang dianggap penting oleh *stakeholder*). Fombrun juga menjelaskan bahwa reputasi perusahaan merupakan representasi persepsi dari tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek di masa mendatang yang menggambarkan secara keseluruhan keinginan dari konstituennya (*stakeholder*) dibandingkan dengan pesaing.

2.2. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis secara simultan terhadap Reputasi Organisasi

Tanggung jawab perusahaan merupakan wujud tindakan etis yang dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan (Deegan, 2004). Tanggung jawab sosial perusahaan muncul dari salah satu prinsip etika bisnis yang dilakukan oleh perusahaan, penerapan tanggung jawab sosial ini tidak terlepas dari komitmen manajemen yang dijalankan oleh manajer perusahaan.

2.2.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Reputasi Organisasi

Penelitian tentang hubungan tanggung jawab sosial perusahaan dan reputasi antara lain: Brown (1998) yang melakukan penelitian tentang reputasi berkenaan dengan penghargaan masyarakat terhadap perilaku sosial yang dilakukan oleh perusahaan bagi masyarakat dan lingkungan. Hubungan antara perilaku sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap kinerja keuangannya.

Thomas (2006), menyatakan bahwa reputasi perusahaan tergantung bukan hanya perilaku sosial yang dilakukan saat ini tetapi masyarakat juga menilai perilaku sosial perusahaan di masa lalu.

Tanggung jawab sosial merupakan konsekuensi dari hasil kebijakan perusahaan terhadap norma, nilai dan kinerja perusahaan yang diharapkan terhadap sistem sosial masyarakat (Miles, 1987). Berkaitan dengan hal itu, Dowling (2001) meneliti persepsi masyarakat terhadap citra perusahaan yang berhubungan dengan perilaku sosial yang dilakukannya melalui kinerja pemasaran (penjualannya). Menurut *survey* yang dilakukan oleh Smith, ditemukan bahwa sebanyak 88% konsumen cenderung lebih suka membeli produk yang memiliki tanggung jawab sosial yang baik (Qu, 2007).

2.2.3. Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Reputasi Organisasi

Reputasi merupakan masalah yang utama bagi setiap perusahaan sehingga perlu mendapat perhatian sama seperti risiko yang terdapat dalam operasional, strategis, dan masalah keuangan. Reputasi yang baik merupakan aset bagi perusahaan sebaliknya, reputasi yang buruk adalah beban bagi perusahaan. Sebagai aset strategis dari perusahaan, reputasi memainkan peranan dalam mencapai keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja usaha. Jika reputasi dianggap beban bagi perusahaan, maka tujuan perusahaan adalah mengurangi dampak yang dapat ditimbulkan dari reputasi tersebut (Wang, 2006).

2.2.4. Pengaruh Komitmen Manajemen terhadap Reputasi Organisasi

Wibisono (2007) menyatakan bahwa manajemen merupakan bagian dari *stakeholder* internal perusahaan. Pratiwi (2010) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa komitmen manajemen berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Komitmen manajemen pada perusahaan akan memberikan proses operasional yang baik, dengan adanya pengaturan sistem bisnis yang baik pada perusahaan sehingga memberikan strategi bisnis yang tepat bagi perusahaan dengan adanya integrasi proses yang dapat memberikan peningkatan kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi reputasi dari perusahaan tersebut.

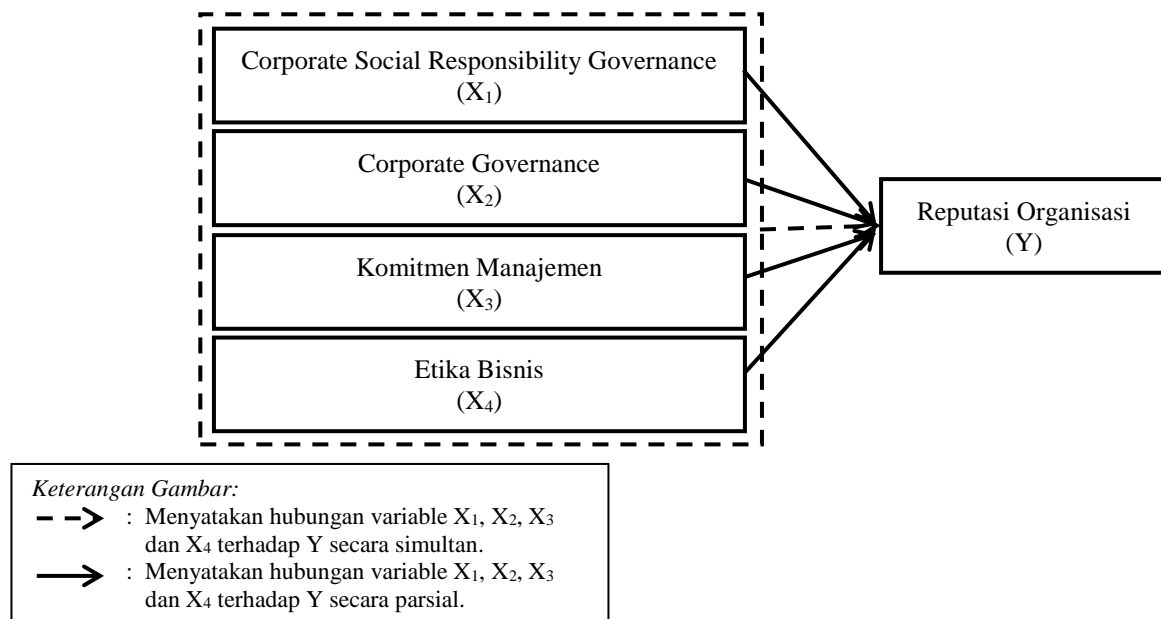
2.2.5. Pengaruh Penerapan Etika Bisnis terhadap Reputasi Organisasi

Hubungan etika bisnis dengan reputasi organisasi dapat ditelaah dari teori *stakeholder* dan positif *accounting theory*. Menurut Kristoffersen, et al. (2005), tanggung jawab sosial perusahaan tumbuh dari adanya etika bisnis yang mempunyai tiga dimensi yaitu: a) *corporate governance*; b) tanggung jawab sosial perusahaan; dan c) akuntabilitas lingkungan. Hal Ini berarti perusahaan yang menerapkan atau mempunyai etika bisnis mempunyai komitmen yang besar dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan.

Pada sudut pandang *positive accounting theory*, perusahaan yang menerapkan etika bisnis akan

mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan etika bisnis. Hal ini disebabkan *agency cost* yang terjadi pada perusahaan lebih rendah (Prasetyono, 2011).

Berdasarkan argumentasi dan penelitian terdahulu dapat dilihat pada model penelitian berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subjek dan sumber data yang digunakan adalah data primer.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan adalah mengumpulkan data primer dari responden dengan cara metode survei. Populasi dan sampel Fild Manajer yang berkaitan langsung Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan program tanggung jawab sosial, pada setiap perusahaan pertamina di Kabupaten Muaro Jambi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sampel jenuh. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 45 orang responden.

3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012).

3.4. Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel

3.4.1. Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, *corporate governance*, komitmen manajemen dan etika bisnis.

3.4.2. Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility adalah suatu konsep bahwa suatu organisasi khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan. Variabel tanggung jawab sosial perusahaan diukur menggunakan daftar pertanyaan menggunakan skala likert 5 poin.

3.4.3. Pengujian tingkat analisis Praktik Corporate Governance

Corporate governance dan *corporate social responsibility* merupakan dua strategi. Beberapa pakar mengatakan bahwa *corporate governance* merupakan pilar dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Pendapat tersebut diperkuat oleh ISO 26000 dan *Global Reporting Initiative (GRI)* mengenai pedoman pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan, yang menempatkan *corporate governance* sebagai landasan dalam pelaksanaan *corporate social responsibility*.

3.4.4. Komitmen Manajemen

Merupakan perhatian manajemen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Pratiwi, 2010). Variabel komitmen manajemen diukur menggunakan daftar pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Herianto (2013) dengan skala likert 5 poin.

3.4.5. Etika Bisnis

Etika Bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis (Velasquez, 2005) dengan skala likert 5 poin.

3.4.6. Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat bergantung pada variabel independen atau bebas. Ia merupakan hasil dari pengaruh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah reputasi organisasi.

3.4.7. Reputasi Organisasi

Reputasi organisasi adalah kombinasi dari kenyataan (kinerja sosial dan ekonomi) dan persepsi (kinerja yang dianggap penting oleh *stakeholder*). Variabel reputasi organisasi diukur menggunakan daftar pertanyaan yang dikembangkan dengan indikator kombinasi dari kenyataan (kinerja sosial dan ekonomi) dan persepsi (kinerja yang dianggap penting oleh *stakeholder*).

3.5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dengan menggunakan regresi linear berganda. Tujuannya yaitu untuk menggunakan variabel-variabel independen yang nilainya diketahui untuk memprediksi nilai dependen tunggal yang dipilih oleh peneliti (Silalahi, 2010).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

3.5.1. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Alternatif lain untuk menerima atau menolak hipotesis ini yaitu dengan melihat signifikansinya (*p-value*). Apabila tingkat signifikansinya lebih kecil dari α yang telah ditentukan yaitu 0,05 maka H_0 diterima, secara bersama-sama semua variabel bebas berpengaruh secara signifikan F lebih besar dari $\alpha = 0.05$ maka H_0 diterima artinya secara bersama-sama semua variabel bebas tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T)

Pengujian parameter individual dimaksudkan untuk melihat apakah variabel secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel tak bebas dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan (Ghozali, 2011).

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011)

3.5.2. Pengujian Kualitas Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Corporate Social Responsibility* (X_1)

Tabel 1. Hasil Uji Validitas terhadap Item Pertanyaan *Corporate Social Responsibility* (X_1)

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,607	0.3120	Valid
2	0,708	0.3120	Valid
3	0,752	0.3120	Valid
4	0,819	0.3120	Valid
5	0,741	0.3120	Valid
6	0,794	0.3120	Valid
7	0,846	0.3120	Valid
8	0,845	0.3120	Valid
9	0,588	0.3120	Valid
10	0,550	0.3120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1 setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} lebih dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dengan kata lain, instrumen

penelitian yang berjumlah 10 pertanyaan dalam penelitian telah mampu mengukur variabel *corporate social responsibility* (X_1).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas terhadap Item Pertanyaan Corporate Social Responsibility (X₁)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.886	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,886. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel

Corporate Social Responsibility (X₁) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *Corporate Governance* (X₂)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas terhadap Item Pertanyaan Corporate Governance (X₂)

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,575	0.3120	Valid
2	0,518	0.3120	Valid
3	0,601	0.3120	Valid
4	0,624	0.3120	Valid
5	0,621	0.3120	Valid
6	0,652	0.3120	Valid
7	0,747	0.3120	Valid
8	0,522	0.3120	Valid
9	0,365	0.3120	Valid
10	0,543	0.3120	Valid
11	0,445	0.3120	Valid
12	0,570	0.3120	Valid
13	0,624	0.3120	Valid
14	0,668	0.3120	Valid
15	0,475	0.3120	Valid
16	0,597	0.3120	Valid
17	0,630	0.3120	Valid
18	0,525	0.3120	Valid
19	0,747	0.3120	Valid
20	0,567	0.3120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 3 setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} lebih dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dengan kata lain,

instrumen penelitian yang berjumlah 20 pertanyaan dalam penelitian telah mampu mengukur variabel *corporate governance* (X₂).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas terhadap Item Pertanyaan Corporate Governance (X₂)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.897	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,897. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel

Corporate Governance (X₂) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Komitmen Manajemen (X₃)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas terhadap Item Pertanyaan Komitmen Manajemen (X₃)

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,860	0.3120	Valid
2	0,925	0.3120	Valid

3	0,798	0.3120	Valid
4	0,838	0.3120	Valid
5	0,897	0.3120	Valid
6	0,660	0.3120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 5 setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} lebih dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dengan kata lain, instrumen

penelitian yang berjumlah 6 pertanyaan dalam penelitian telah mampu mengukur variabel komitmen manajemen (X_3).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas terhadap Item Pertanyaan Komitmen Manajemen (X_3)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.904	6

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,904. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel

komitmen manajemen (X_3) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Etika Bisnis (X_4)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas terhadap Item Pertanyaan Etika Bisnis (X_4)

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,860	0.3120	Valid
2	0,911	0.3120	Valid
3	0,820	0.3120	Valid
4	0,729	0.3120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 7 setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung} lebih dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dengan kata lain,

instrumen penelitian yang berjumlah 4 pertanyaan dalam penelitian telah mampu mengukur variabel etika bisnis (X_4).

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas terhadap Item Pertanyaan Etika Bisnis (X_4)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.848	4

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,848. Berdasarkan hasil ini dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel etika

bisnis (X_4) teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Reputasi Organisasi (Y)

Tabel 9. Hasil Uji Validitas terhadap Item Pertanyaan Reputasi Organisasi (Y)

Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,720	0.3120	Valid
2	0,758	0.3120	Valid
3	0,750	0.3120	Valid
4	0,755	0.3120	Valid
5	0,703	0.3120	Valid
6	0,657	0.3120	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 9 setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi r_{hitung}

lebih dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Dengan kata lain, instrumen penelitian yang berjumlah 6 pertanyaan dalam penelitian telah mampu mengukur variabel reputasi organisasi (Y).

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas terhadap Item Pertanyaan Reputasi Organisasi (Y)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.818	6

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner menghasilkan angka Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 yaitu sebesar 0,818. Berdasarkan hasil ini dapat

disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel reputasi organisasi (Y), teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel.

1. Uji Normalitas

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.78136336
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.096
Test Statistic		.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Hasil pengujian normalitas data dengan Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas menunjukkan nilai *Asymp. Sig (2- tailed)* sebesar 0,200 yang lebih

tinggi dari 0,05 sehingga dikatakan data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-10.382	2.512		-4.133	.000		
CSR	-.133	.032	-.194	-4.204	.000	.968	1.033
CG	.320	.019	.782	17.048	.000	.980	1.020
KM	.231	.039	.276	5.893	.000	.943	1.061
EB	.457	.062	.340	7.367	.000	.970	1.031

a. Dependent Variable: RP
Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* juga menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai $VIF < 10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada

multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.657	1.516		.433	.667
CSR	.010	.019	.084	.499	.621
CG	-.011	.011	-.162	-.964	.342
KM	.006	.024	.043	.252	.802
EB	.014	.037	.063	.371	.713

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Hasil tampilan output SPSS menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *absolute*. Hal ini dilihat dari nilai probabilitasnya (sig) di

atas 0,05 (sig > 0,05), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3.6. Teknik Analisis Data

Tabel 14. Hasil Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-10.382	2.512		-4.133	.000
CSR	-.133	.032	-.194	-4.204	.000
CG	.320	.019	.782	17.048	.000
KM	.231	.039	.276	5.893	.000
EB	.457	.062	.340	7.367	.000

a. Dependent Variable: RP

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Berdasarkan keterangan pada tabel 14 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = -10.382 - 0,133 X_1 + 0,320 X_2 + 0,231 X_3 + 0,457 + e$$

Persamaan regresi linear tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -10.382 memberikan arti bahwa apabila *corporate social responsibility* (X_1), *corporate governance* (X_2), komitmen manajemen (X_3), etika bisnis (X_4) diasumsikan = 0, maka

reputasi organisasi (Y) secara konstan bernilai -10.382.

2. Koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* (X_1) sebesar -4.133.
3. Koefisien regresi variabel *corporate governance* (X_2) sebesar 17.048.
4. Koefisien regresi variabel komitmen manajemen (X_3) sebesar 5.893.
5. Koefisien regresi variabel etika bisnis (X_4) sebesar 7.367.

3.6.1. Pengujian Hipotesis

- 1). Hipotesis 1
Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 15. Hasil Uji Statistik F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	306.164	4	76.541	112.510	.000 ^b
Residual	23.811	35	.680		
Total	329.975	39			

a. Dependent Variable: RP

b. Predictors: (Constant), CSR, CG, KM, EB

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan tabel 15 di atas terlihat bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($112.510 > 2,64$). Sedangkan level signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ atau 5 %. Dengan demikian hipotesis alternative 1 (H_1) diterima.

2). Hipotesis 2
Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 16. Hasil Uji Statistik t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-10.382	2.512		-4.133	.000
CSR	-.133	.032	-.194	-4.204	.000
CG	.320	.019	.782	17.048	.000
KM	.231	.039	.276	5.893	.000
EB	.457	.062	.340	7.367	.000

a. Dependent Variable: RP

Sumber: Hasil Pengolahan Data, SPSS

Berdasarkan tabel 16 tampak bahwa nilai t_{hitung} variabel *corporate social responsibility* (X_1) sebesar -4.204 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.0301 sehingga ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$).

3). Hipotesis 3

Berdasarkan tabel 16 tampak bahwa nilai t_{hitung} variabel *corporate governance* (X_2) sebesar 17.048 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.0301 sehingga ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$). Hal ini berarti bahwa *corporate governance* berpengaruh terhadap reputasi organisasi. (**H₃ diterima**).

4). Hipotesis 4

Berdasarkan tabel 17 tampak bahwa nilai t_{hitung} variabel komitmen manajemen (X_2) sebesar 5.893 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.0301 sehingga ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$).

5). Hipotesis 5

Berdasarkan tabel 17 tampak bahwa nilai t_{hitung} variabel etika bisnis (X_4) sebesar 7.367 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.0301 sehingga ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Dengan angka signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha = 5\%$).

3.6.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 17. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.963 ^a	.928	.920	.825

a. Predictors: (Constant), EB, CSR, CG, KM

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil uji determinasi diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* sebesar 0.920 yang mengandung arti bahwa 92% besarnya reputasi organisasi dapat dijelaskan oleh variabel *corporate social responsibility*, *corporate governance*, komitmen manajemen, etika bisnis sedangkan sisanya 8% lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

4. PEMBAHASAN

4.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Governance*, Komitmen Manajemen dan Etika Bisnis secara simultan terhadap Reputasi Organisasi

Hasil uji simultan F, diperoleh bahwa *corporate social responsibility*, *corporate governance*, komitmen manajemen dan etika bisnis bersama-sama

mempengaruhi reputasi organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai statistik F sebesar 112.510 pada tingkat signifikansi 0.000.

4.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Reputasi Organisasi

Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel 0.000 lebih kecil dari 0,05, dan nilai koefisien regresinya menunjukkan hasil sebesar -4.204 (t_{hitung}) lebih besar dari 2.0301 (t_{tabel}). Hasil penelitian ini sejalan dengan Kartikasari (2008) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap reputasi organisasi.

4.3. Pengaruh *Corporate Governance* secara parsial terhadap Reputasi Organisasi.

Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel 0.000 lebih kecil dari 0,05, dan nilai koefisien regresinya menunjukkan hasil sebesar 17.048 (t_{hitung}) lebih besar dari 2.0301 (t_{tabel}). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Prasetyono (2011) yang menyebutkan bahwa praktik *corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan.

4.4. Pengaruh Komitmen Manajemen secara parsial terhadap Reputasi Organisasi

Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa komitmen manajemen berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05, dan nilai koefisien regresinya menunjukkan hasil sebesar 5.893 (t_{hitung}) lebih besar dari 2,0301 (t_{tabel}). Hasil penelitian ini juga sesuai dengan beberapa pendapat penelitian diantaranya adalah Kartikasari (2008), yang menyebutkan bahwa perusahaan harus memperbaiki sistem manajemen perusahaan, karena pembentukan reputasi tanpa manajemen yang baik merupakan hal yang sulit dilakukan.

4.5. Pengaruh Etika Bisnis secara parsial terhadap Reputasi Organisasi

Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa etika bisnis berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini ditunjukkan dengan level signifikansi variabel sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05, dan nilai koefisien regresinya menunjukkan hasil sebesar 7.367 (t_{hitung}) lebih besar dari 2,0301 (t_{tabel}). Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan Prasetyono (2011) yang mengemukakan bahwa penerapan etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap penerapan tanggung jawab sosial perusahaan.

5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian yang diuraikan pada pembahasan diatas, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *corporate social responsibility*, *corporate governance*, komitmen manajemen dan etika bisnis berpengaruh terhadap reputasi organisasi.
2. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini berarti bahwa penerapan *corporate social responsibility* oleh manajer bisa meningkatkan reputasinya dalam suatu organisasi.
3. *Corporate governance* berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini berarti bahwa penerapan *corporate governance* oleh manajer bisa meningkatkan reputasinya dalam suatu organisasi.
4. Komitmen manajemen berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini mengindikasikan bahwa

semakin kuat komitmen manajemen yang dilakukan manajer dalam sebuah organisasi dapat meningkatkan reputasi organisasi.

5. Etika bisnis berpengaruh terhadap reputasi organisasi. Hal ini berarti bahwa semakin baik etika bisnis seorang maka akan semakin meningkatkan reputasi organisasinya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Jangka waktu penelitian dan pengamatan yang relatif singkat sehingga menyebabkan terbatasnya waktu penelitian dan pengamatan Penelitian ini, masih banyak variabel-variabel lain yang diduga mempengaruhi reputasi organisasi seperti variabel kinerja manajerial, motivasi, disiplin kerja dan variabel lainnya yang belum dimasukkan pada penelitian ini.

5.3. Saran

Berbeda dari kesimpulan penelitian maka penulis memberikan masukan atau pertimbangan berupa saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan variabel *corporate social responsibility*, *corporate governance*, komitmen manajemen, etika bisnis dalam mempengaruhi reputasi organisasi, disarankan dalam penelitian selanjutnya peneliti dapat mengembangkan variabel-variabel lain seperti, karakteristik perusahaan, budaya organisasi serta kinerja perusahaan dengan dimensi yang lebih komperhensif.
2. Perusahaan diharapkan dapat terus mengembangkan program-program *corporate social responsibility* secara berlanjut. Sehingga pelaksanaan *corporate social responsibility* bukan hanya sebagai suatu bentuk pencitraan perusahaan semata namun sebagai tujuan keberlanjutan perusahaan secara nyata dan bertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Bhimani, A. and Soonawalla, K. 2003. *From Conformance to Performance: The Corporate Responsibilities Continuum*. Journal of Accounting and Public Policy. Vol. 24. pp. 165-174.
- Buchholtz, R. A. and Rosenthal, S. B. 1998. *Business Ethics*. Upper Saddle River, N. J. : Prentice Hall.
- Caroll and Buchholtz, R. A. 2003. *Ethics and Corporate Social Responsibility*. Why Giants Fall. C.T.: Greenwood Press.
- Cooper, Donald R. and Schindler, Pamela S. 2006. *Metode Riset Bisnis Volume 2 Edisi 9*. PT Media Global Edukasi: Jakarta.
- Frederick, W. C. 1994. *From CSRI to CSR2 : The Maturing of Business and Society Thought*. University of Pittsburgh Graduate School of Business.

- Ghozali dan Hariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip: Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gray, R., Owen, D., and Maunders, K.. 1987. *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*, Prentice Hall, London.
- Gray, R., Kouhi, R. and Lavers, S. 1995. *Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of Literature and A Longitudinal Study of UK Disclosure*. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 8(2): 47-77.
- Jones, P. and Comfort, D. 2005. *Corporate Social Responsibility and the UK's Top Ten Retailers*. International Journal of Retail Distribution Management. Vol.33 No.12. pp. 882-892.
- Kristoffersen, Inga. Gerrans, Paul and Clark Murphy. 2005. *Corporate Social Performance and Financial Characteristics; Australian Evidence on the Finance to Self Regulate on Environmental, Social and Governance Criteria*. School of Accounting, Finance and Economics & FIMARC Working Paper Series. Working Paper 0515.
- Handoko, T Hani. 2003. *Manajemen Personalia dan Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Kedua*. BPFE UGM: Yogyakarta.
- Maignan, Isabelle and Ferrell, O. C.. 2004. *Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Network*. Journal of the Academy of Marketing Science.
- Mitchel, T.R. 1982. *People in Organization : in Introduction to Organization Behaviour*. Tokyo: MC. Graw Hill Book Comp.
- Mowday, R.t. 1982. *Employ Organization Linkages: The Psychology of Commitment Abstein and Turn Over*. London: Academic Inc.
- Murwaningsari, ETTY. 2009. *Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Corporate Financial Performance Dalam Satu Continuum*. Jurnal Akuntansi Keuangan Vol.11 no. 1 Mei 2009 : 39-41.
- Riduwan. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung : Alfabeta
- Steers, RM and Porter, L. W. 1983. *Motivation and Work Behaviour*. New York: Accademic Press.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ulum, Ihyaul. Wahjuni, Endang Dwi dan Sasongko, Edi. 2011. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Official Website Perusahaan Publik di Indonesia*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Malang Volume 14 Nomor 2 Juli-Desember.
- Wardani, Nurul Kusuma. 2013. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Watts, Ross L. and Zimmerman, Jerold L. 1986. *Positive Accounting Theory*. Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- _____. 2006. *Pedoman Umum Good Corporate Governance di Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Kebijakan Governance.
- _____. 2013. *Data Industri Menengah dan Besar tahun 2013/2014*. Jambi: Dinas Perindustrian dan Perdagangan
- _____. 2013. *Keputusan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 349 tentang Hasil Penilaian Peringkat Kerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup tahun 2012-2013*. Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia.