

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan program CSR (Corporate Social Responsibility) PT XL-Axiata

Pelaksanaan program CSR yang dilakukan PT XL-Axiata meliputi berbagai jenis, di antaranya

1. Program dalam bentuk sumbangan tunai.

PT XL-Axiata adalah perusahaan yang peduli terhadap lingkungan.

Ketika daerah-daerah di Indonesia terkena bencana, pihak perusahaan selalu memberikan bantuan langsung berupa materi. Hal itu dilakukan untuk meringankan beban masyarakat yang sedang tertimpa musibah.

2. Program dalam bentuk hibah

PT XL - Axiata menyumbangkan beberapa unit komputer ke berbagai daerah untuk digunakan oleh masyarakat secara gratis dan juga membuat perpustakaan keliling. Hal ini merupakan bentuk dukungan pihak perusahaan terhadap pemerintah dalam meningkatkan SDM yang berkualitas.

3. Program dalam bentuk penyediaan beasiswa

Bentuk kepedulian perusahaan tidak hanya sebatas terhadap lingkungan dan juga masyarakat luas secara khusus, PT XL-Axiata juga mengadakan beasiswa untuk pelajar yang berprestasi. Hal ini

dilakukan untuk membantu para pelajar berprestasi yang masuk dalam kriteria tidak mampu secara finansial.

4. Program dalam bentuk pemberian produk

Promosi dengan cara pembagian produk secara gratis yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menarik simpati dan daya tarik bagi masyarakat, khususnya masyarakat yang belum menggunakan *provider xl.p*

5. Program dalam bentuk pemberian layanan cuma-cuma

Untuk menjadi saingan kuat bagi perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama, PT XL-Axiata memberikan berbagai macam kemudahan bagi pengguna *provider*nya, seperti layanan internet gratis dan bonus telpon ke sesama pengguna XL sehari-hari. Hal ini dilakukan untuk menarik minat masyarakat dan konsumen.

6. Program mengizinkan penggunaan fasilitas dan saluran distribusi yang dimiliki perusahaan untuk digunakan bagi kegiatan sosial.

PT XL-Axiata hanya memberikan izin kepada pihak pemerintah yang ingin menggunakan fasilitas yang sudah disediakan pihak perusahaan seperti, tenda darurat, mobil pick up, dll. Dengan catatan penggunaan fasilitas yang diberikan hanya untuk kepentingan masyarakat. Hal itu dilakukan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat.

7. Program yang dilakukan perusahaan dengan cara menawarkan penggunaan peralatan yang dimiliki oleh perusahaan.

Sama halnya dengan program no.6, pihak perusahaan memberikan fasilitas berupa tenda darurat, mobil pick up dan lain-lain kepada pemerintah untuk digunakan secara gratis.

Pada bab ini penulis akan menguraikan serta menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan. Variabel CSR dan variabel Citra Perusahaan.

Dalam Variabel CSR terdiri dari 17 (tujuh belas) item pertanyaan dan variabel Citra Perusahaan terdiri dari 6 (enam) item pertanyaan. Adapun untuk keperluan analisis distribusi jawaban responden disajikan dalam bentuk tabel frekuensi untuk tiap pertanyaan. Selanjutnya analisis data kualitatif yang menggunakan metode analisis deskriptif dengan cara membuat tabel distribusi frekuensi dari tiap-tiap tanggapan responden untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penilaian masuk dalam kategori sesuai dengan masing-masing pertanyaan.

4.2 Tangapan masyarakat dan konsumen tentang pelaksanaan program CSR

4.2.1 Karakteristik Responden

Tabel 4.1
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase %
Pria	56	56.0
Wanita	44	44.0
Total	100	100.0

Sumber: Kuisisioner diolah 2014

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 orang (56%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 orang (44%).

Tabel 4.2
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	14	14.0
SMP	24	24.0
SMA	43	43.0
D3	11	11.0
S1	6	6.0
S2	2	2.0
Total	100	100.0

Sumber: Kuisisioner diolah 2014

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden yang mencapai tingkat pendidikan SMA, yaitu sebanyak 43 orang (43%) dan responden yang paling sedikit adalah responden yang mencapai tingkat pendidikan S2, yaitu sebanyak 2 orang (2%).

Tabel 4.3
Gambaran banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Wiraswasta	34	34.0
Petani	16	16.0
PNS	12	12.0
Pegawai swasta	17	17.0
Buruh	13	13.0
dll	8	8.0
Total	100	100.0

Sumber: Kuisisioner diolah 2014

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 34 orang (34%)

dan responden yang paling sedikit adalah responden yang tidak memiliki pekerjaan tetap yaitu sebanyak 8 orang (8%).

4.2.2 Hasil Penelitian Program CSR yang dilakukan oleh PT XL-AXIATA

Pada variabel CSR terdiri dari 17 (tujuh belas) item pernyataan. Pernyataan tersebut digunakan untuk mengukur variabel CSR yang dalam pengambilan datanya menggunakan kuisisioner. Item-item pertanyaannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Program CSR menjadi kegiatan rutin yang dilakukan perusahaan

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	1	1.00	1
Tidak Setuju	2	21	21.00	42
Cukup setuju	3	24	24.00	72
Setuju	4	30	30.00	120
Sangat Setuju	5	24	24.00	120
Jumlah		100	100.00	355

Sumber: data olahan kuisisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Program CSR menjadi kegiatan rutin yang dilakukan perusahaan yaitu 21 orang atau 21% menjawab tidak setuju. Hal ini dikarenakan adanya sebagian masyarakat yang tidak suka dengan dampak ketika kegiatan CSR berlangsung yaitu kemacetan di daerahnya. Namun ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 24 orang atau (24%). Karena mereka (masyarakat) merasa terbantu dengan adanya kegiatan CSR. Hasil skor Program CSR menjadi kegiatan rutin yang dilakukan perusahaan adalah 355 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.5
Selain bantuan dari segi pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi, kegiatan CSR bertujuan memberikan hiburan kepada masyarakat

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	13	13.00	26
Cukup setuju	3	29	29.00	87
Setuju	4	38	38.00	152
Sangat Setuju	5	20	20.00	100
Jumlah		100	100.00	365

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.5 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Selain bantuan dari segi pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi, kegiatan CSR bertujuan memberikan hiburan kepada masyarakat yaitu 13 orang atau 13% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan ketidak ikut sertaan mereka dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 20 orang (20%). Bagi masyarakat yang menjawab sangat setuju, hal ini dikarenakan adanya perasaan senang ketika mengikuti kegiatan CSR. Karena dengan adanya kegiatan CSR keadaan di desa mereka menjadi ramai dikunjungi masyarakat di luar desa mereka. Hasil skor Selain bantuan dari segi pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi, kegiatan CSR bertujuan memberikan hiburan kepada masyarakat adalah 365 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.6
Kegiatan layanan pendidikan membantu masyarakat dalam
Bersosialisasi

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	2	2.00	2
Tidak Setuju	2	9	9.00	18
Cukup setuju	3	25	25.00	75
Setuju	4	42	42.00	168
Sangat Setuju	5	22	22.00	110
Jumlah		100	100.00	373

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.6 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Kegiatan layanan pendidikan membantu masyarakat dalam bersosialisasi yaitu 9 orang atau 9% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sebagian masyarakat tidak bisa menerapkan ilmu atau pengetahuan yang sudah didapat dari kegiatan CSR dalam kehidupan sehari-hari. Namun, ada beberapa masyarakat yang menjawab sangat setuju yaitu 22 orang (22%). Karena, mereka benar-benar mempelajari apa yang mereka dapat dari kegiatan CSR dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Hasil skor Kegiatan layanan pendidikan membantu masyarakat dalam bersosialisasi adalah 373 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.7
Layanan kesehatan meringankan beban masyarakat

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	6	6.00	6
Tidak Setuju	2	15	15.00	30
Cukup setuju	3	24	24.00	72
Setuju	4	29	29.00	116
Sangat Setuju	5	26	26.00	130
Jumlah		100	100.00	354

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.7 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Layanan kesehatan meringankan beban masyarakat yaitu 15 orang atau 15% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan, masyarakat yang menjawab tidak setuju tidak ikut serta dalam kegiatan CSR berupa layanan kesehatan gratis yang diselenggarakan oleh PT XL-AXIATA. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 26 orang (26%). Bagi masyarakat yang pernah merasakan mendapat pelayanan kesehatan gratis dari PT. XL-AXIATA tentunya akan merasa terbantu dengan hal tersebut. Hasil skor Layanan kesehatan meringankan beban masyarakat adalah 354 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.8
Perusahaan memberikan bantuan berupa barang dan jasa bagi masyarakat

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	19	19.00	38
Cukup setuju	3	29	29.00	87
Setuju	4	31	31.00	124
Sangat Setuju	5	21	21.00	105
Jumlah		100	100.00	354

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.8 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Perusahaan memberikan bantuan berupa barang dan jasa bagi masyarakat yaitu 19 orang atau 19% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan pemberian bantuan berupa barang tidak merata. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 21 orang (21%). Sebagian besar masyarakat yang menjawab sangat setuju karena mereka merasakan manfaat dari barang yang diberikan pihak perusahaan berupa beberapa unit komputer.

Hasil skor Perusahaan memberikan bantuan berupa barang dan jasa bagi masyarakat adalah 354 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.9
Produk XL sangat memenuhi kebutuhan konsumennya

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	3	3.00	3
Tidak Setuju	2	15	15.00	30
Cukup setuju	3	18	18.00	54
Setuju	4	36	36.00	144
Sangat Setuju	5	28	28.00	140
Jumlah		100	100.00	371

Sumber: data olahan kuisisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.9 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Produk XL sangat memenuhi kebutuhan konsumennya yaitu 15 orang atau 15% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman konsumen tentang fitur yang ada di dalam produk XL. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 28 orang (28%). Responden yang menjawab sangat setuju, sebagian besar adalah konsumen XL yang sudah lama. Hasil skor Produk XL sangat memenuhi kebutuhan konsumennya adalah 371 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.10
Konsumen merasa puas menggunakan produk XL

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	4	4.00	4
Tidak Setuju	2	24	24.00	48
Cukup setuju	3	35	35.00	105
Setuju	4	25	25.00	100
Sangat Setuju	5	12	12.00	60
Jumlah		100	100.00	317

Sumber: data olahan kuisisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.10 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Konsumen merasa puas menggunakan produk XL yaitu 24 orang atau 24% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan, sebagian konsumen merasa jaringan internet xl akhir-akhir ini sering terjadi gangguan.. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 12 orang (12%). Bagi sebagian konsumen tidak ada masalah ketika menggunakan *provider* xl. Hasil skor Konsumen merasa puas menggunakan produk XL adalah 317 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.11
Pemerintah setempat senantiasa memberikan izin pelaksanaan kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	2	2.00	2
Tidak Setuju	2	23	23.00	46
Cukup setuju	3	42	42.00	126
Setuju	4	23	23.00	92
Sangat Setuju	5	10	10.00	50
Jumlah		100	100.00	316

Sumber: data olahan kuisisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.11 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Pemerintah setempat senantiasa memberikan izin pelaksanaan kegiatan CSR yaitu 23 orang atau 23% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan kurangnya fasilitas berupa lahan untuk penyelenggaraan program CSR dari pemerintah setempat. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 10 orang (10%). Penyelenggaraan kegiatan CSR selalu berjalan dengan baik. Hasil skor Pemerintah setempat senantiasa memberikan izin pelaksanaan kegiatan CSR adalah 316 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.12
Pihak kepolisian ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	7	7.00	7
Tidak Setuju	2	21	21.00	42
Cukup setuju	3	33	33.00	99
Setuju	4	26	26.00	104
Sangat Setuju	5	13	13.00	65
Jumlah		100	100.00	317

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.12 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Pihak kepolisian ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan CSR yaitu 21 orang atau 21% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sedikitnya anggota dari kepolisian yang terlihat ketika kegiatan CSR berlangsung. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 13 orang (13%). Karena, adanya tim keamanan penyelenggaraan kegiatan CSR yang dikoordinir langsung oleh pihak kepolisian setempat. Hasil skor Pihak kepolisian ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan CSR adalah 317 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.13
Saya mendukung adanya kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	5	5.00	5
Tidak Setuju	2	25	25.00	50
Cukup setuju	3	39	39.00	117
Setuju	4	14	14.00	56
Sangat Setuju	5	17	17.00	85
Jumlah		100	100.00	313

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.13 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya mendukung adanya kegiatan CSR yaitu 25 orang atau

25% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan adanya sebagian masyarakat yang menilai bahwa pihak perusahaan hanya ingin terlihat baik dimata publik. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 17 orang (17%). Responden yang menjawab sangat setuju adalah responden yang benar-benar menikmati adanya dampak positif seperti adanya kegiatan mengisi waktu luang dan bantuan sosial seperti mendapatkan layanan kesehatan secara gratis dari kegiatan CSR. Hasil skor Saya mendukung adanya kegiatan CSR adalah 313 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.14
Pemerintah setempat mendukung adanya program kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	3	3.00	3
Tidak Setuju	2	30	30.00	60
Cukup setuju	3	29	29.00	87
Setuju	4	22	22.00	88
Sangat Setuju	5	16	16.00	80
Jumlah		100	100.00	318

Sumber: data olahan kuisisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.14 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Pemerintah setempat mendukung adanya program kegiatan CSR yaitu 30 orang atau 30% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan kurangnya fasilitas berupa lahan untuk penyelenggaraan program CSR dari pemerintah setempat. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 16 orang (16%). Kegiatan CSR tidak akan berlangsung dan berjalan dengan baik jika tidak ada dukungan dari pemerintah setempat. Hasil skor Pemerintah setempat mendukung adanya program kegiatan CSR adalah 318 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.15
Saya berharap PT XL Axiata sering mengadakan kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	1	1.00	1
Tidak Setuju	2	18	18.00	36
Cukup setuju	3	37	37.00	111
Setuju	4	31	31.00	124
Sangat Setuju	5	13	13.00	65
Jumlah		100	100.00	337

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.15 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya berharap PT XL Axiata sering mengadakan kegiatan CSR yaitu 18 orang atau 18% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sebagian masyarakat tidak merasa mendapatkan keuntungan dari kegiatan CSR. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 13 orang (13%). Masyarakat berpikir adanya dampak positif bagi kehidupan sehari-hari seperti bertambahnya wawasan dan adanya sedikit hal yang bisa dilakukan seperti ikut serta dalam kegiatan tersebut. Hasil skor Saya berharap PT XL Axiata sering mengadakan kegiatan CSR adalah 337 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.16
Saya tidak sabar menunggu program kegiatan CSR PT XL Axiata, khususnya bidang pendidikan dan kesehatan

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	2	2.00	2
Tidak Setuju	2	30	30.00	60
Cukup setuju	3	31	31.00	93
Setuju	4	21	21.00	84
Sangat Setuju	5	16	16.00	80
Jumlah		100	100.00	319

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.16 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya tidak sabar menunggu program kegiatan CSR PT XL Axiata, khususnya bidang pendidikan dan kesehatan yaitu 30 orang atau 30% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan adanya sebagian masyarakat yang hanya ingin menerima bantuan langsung berupa materi, bukan barang atau jasa. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 16 orang (16%). Sebagian masyarakat yang menjawab sangat setuju kebanyakan merasa sangat terbantu dengan adanya bantuan yang diberikan oleh pihak perusahaan khususnya dalam bidang pendidikan dan layanan kesehatan. Hasil skor Saya tidak sabar menunggu program kegiatan CSR PT XL Axiatama, khususnya bidang pendidikan dan kesehatan adalah 319 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.17
Saya merasa kegiatan CSR tidak memenuhi kebutuhan saya

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	3	3.00	3
Tidak Setuju	2	21	21.00	42
Cukup setuju	3	42	42.00	126
Setuju	4	21	21.00	84
Sangat Setuju	5	13	13.00	65
Jumlah		100	100.00	320

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.17 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya merasa kegiatan CSR tidak memenuhi kebutuhan saya yaitu 21 orang atau 21% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan adanya suatu anggapan dari sebagian masyarakat bahwa kegiatan CSR adalah kegiatan berupa bantuan yang diberikan oleh perusahaan seperti sunatan masal. Hal

tersebut sangat membantu masyarakat, khususnya masyarakat yang kurang mampu. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 13 orang (13%). Bagi sebagian responden, pihak perusahaan tidak mewajibkan masyarakat untuk ikut serta dalam kegiatan CSR, sehingga banyak masyarakat yang tidak hadir pada saat kegiatan CSR berlangsung. Hasil skor Saya merasa kegiatan CSR tidak memenuhi kebutuhan saya adalah 320 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.18
Manager PT XL Axiata turun langsung dalam proses kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	5	5.00	5
Tidak Setuju	2	27	27.00	54
Cukup setuju	3	25	25.00	75
Setuju	4	21	21.00	84
Sangat Setuju	5	22	22.00	110
Jumlah		100	100.00	328

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.18 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Manager PT XL Axiata turun langsung dalam proses kegiatan CSR yaitu 27 orang atau 27% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sebagian masyarakat tidak mengenal atau tidak tahu siapa manajer PT XL AXIATA. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 22 orang (22%). Sebagian besar masyarakat mengetahui siapa manajer PT-XL-AXIATA dengan cara bertanya kepada panitia penyelenggara ketika kegiatan CSR berlangsung. Hasil skor Manager PT XL Axiata turun langsung dalam proses kegiatan CSR adalah 328 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.19
Saya merasa kegiatan CSR tidak memberikan dampak positif bagi kehidupan saya

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	4	4.00	4
Tidak Setuju	2	20	20.00	40
Cukup setuju	3	39	39.00	117
Setuju	4	20	20.00	80
Sangat Setuju	5	17	17.00	85
Jumlah		100	100.00	326

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.19 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya merasa kegiatan CSR tidak memberikan dampak positif bagi kehidupan saya yaitu 20 orang atau 20% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa program CSR PT XL AXIATA bertujuan untuk membantu kesejahteraan masyarakat. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 17 orang (17%). Responden tersebut tidak ikut serta dalam kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan.. Hasil skor Saya merasa kegiatan CSR tidak memberikan dampak positif bagi kehidupan saya adalah 326 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.20
Saya merasa kegiatan CSR tidak membantu saya dalam pencapaian kesejahteraan

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	5	5.00	5
Tidak Setuju	2	20	20.00	40
Cukup setuju	3	31	31.00	93
Setuju	4	20	20.00	80
Sangat Setuju	5	24	24.00	120
Jumlah		100	100.00	338

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.20 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya merasa kegiatan CSR tidak membantu saya dalam pencapaian kesejahteraan yaitu 20 orang atau 20% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang merasa terbantu dengan adanya kegiatan CSR yang diselenggarakan oleh PT. XL-AXIATA. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 24 orang (24%). Pihak perusahaan hanya memeberikan bantuan berupa layanan jasa dan pemberian barang yang dibisa digunakan oleh bersama bukan materi berupa uang. Hasil Skor Saya merasa kegiatan CSR tidak membantu saya dalam pencapaian kesejahteraan adalah 338 berada pada kriteria cukup baik.

Kriteria dan skor pembobotan secara keseluruhan dari variabel CSR dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4.21
Total Pembobotan Variabel CSR

No	Indikator	Pembobotan	Prosentase (%)	Kategori
1	Program CSR menjadi kegiatan rutin yang dilakukan perusahaan	355	71.00	Baik
2	Selain bantuan dari segi pendidikan, kesehatan dan sosial ekonomi, kegiatan CSR bertujuan memberikan hiburan kepada masyarakat	365	73.00	Baik
3	Kegiatan layanan pendidikan membantu masyarakat dalam bersosialisasi	373	74.60	Baik
4	Layanan kesehatan meringankan beban masyarakat	354	70.80	Baik
5	Perusahaan memberikan bantuan berupa barang dan jasa bagi masyarakat	354	70.80	Baik
6	Produk XL sangat memenuhi kebutuhan konsumennya	371	74.20	Baik
7	Konsumen merasa puas menggunakan produk XL	317	63.40	Cukup Baik

No	Indikator	Pembobotan	Prosentase (%)	Kategori
8	Pemerintah setempat senantiasa memberikan izin pelaksanaan kegiatan CSR	316	63.20	Cukup Baik
9	Pihak kepolisian ikut serta dalam pelaksanaan kegiatan CSR	317	63.40	Cukup Baik
10	Saya mendukung adanya kegiatan CSR	313	62.60	Cukup Baik
11	Pemerintah setempat mendukung adanya program kegiatan CSR	318	63.60	Cukup Baik
12	Saya berharap PT XL Axiatama sering mengadakan kegiatan CSR	337	67.40	Cukup Baik
13	Saya tidak sabar menunggu program kegiatan CSR PT XL Axiatama, khususnya bidang pendidikan dan kesehatan	319	63.80	Cukup Baik
14	Saya merasa kegiatan CSR tidak memenuhi kebutuhan saya	320	64.00	Cukup Baik
15	Manager PT XL Axiata turun langsung dalam proses kegiatan CSR	328	65.60	Cukup Baik
16	Saya merasa kegiatan CSR tidak memberikan dampak bagi kebutuhan hidup saya	326	65.20	Cukup Baik
17	Saya merasa kegiatan CSR tidak membantu saya dalam pencapaian kesejahteraan	338	67.60	Cukup Baik
Total		5,721		
Rata-rata		336.53	67.31	Cukup Baik

Sumber: data olahan kuisisioner 2014

Berdasarkan tabel 4.21 tersebut di atas menunjukkan bahwa rata-rata item pada variabel CSR berada pada kategori “Cukup Baik” yang ditunjukkan pada rata-rata bobot sebesar 336,53 (67,31%).

4.2.3 Hasil penelitian Citra Perusahaan yang didapat oleh PT XL-AXIATA

Pada variabel Citra Perusahaan terdiri dari 6 (enam) item pernyataan. Pernyataan tersebut digunakan untuk mengukur variabel Citra Perusahaan yang dalam pengambilan datanya menggunakan kuisisioner. Item-item pertanyaannya adalah sebagai berikut;

Tabel 4.22
PT XL Axiata peduli terhadap pendidikan masyarakat

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	1	1.00	1
Tidak Setuju	2	19	19.00	38
Cukup setuju	3	49	49.00	147
Setuju	4	20	20.00	80
Sangat Setuju	5	11	11.00	55
Jumlah		100	100.00	321

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.22 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan PT XL Axiata peduli terhadap pendidikan masyarakat yaitu 19 orang atau 19% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sebagian responden beranggapan bahwa program CSR yang dilakukan oleh PT XL-AXIATA adalah strategi menarik minat konsumen bukan sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 11 orang (11%). Karena, adanya dampak positif yang dirasakan sebagian masyarakat berupa bertambahnya pengetahuan yang dimiliki. Hasil skor PT XL Axiata peduli terhadap pendidikan masyarakat adalah 321 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.23
PT XL Axiata peduli terhadap kesehatan masyarakat

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	4	4.00	4
Tidak Setuju	2	22	22.00	44
Cukup setuju	3	40	40.00	120
Setuju	4	13	13.00	52
Sangat Setuju	5	21	21.00	105
Jumlah		100	100.00	325

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.23 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan PT XL Axiata peduli terhadap kesehatan masyarakat yaitu 22 orang atau 22% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sebagian masyarakat tidak mengikuti program CSR PT XL-AXIATA. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 21 orang (21%). Sebagian besar masyarakat yang menjawab sangat setuju adalah masyarakat yang pernah mengikuti program CSR PT XL-AXIATA berupa layanan kesehatan gratis. Hasil skor PT XL Axiata peduli terhadap kesehatan masyarakat adalah 325 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.24
PT XL Axiata memberikan bantuan berupa materi kepada keluarga yang dianggap kurang mampu

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	4	4.00	4
Tidak Setuju	2	15	15.00	30
Cukup setuju	3	49	49.00	147
Setuju	4	17	17.00	68
Sangat Setuju	5	15	15.00	75
Jumlah		100	100.00	324

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.24 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan PT XL Axiata memberikan bantuan berupa materi kepada keluarga yang dianggap kurang mampu yaitu 15 orang atau 15% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan ada beberapa responden yang merasa bantuan yang diberikan perusahaan tidak mampu menutupi kebutuhan mereka. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 15 orang (15%). Sebagian masyarakat merasa sangat beruntung dengan adanya bantuan yang diberikan pihak

perusahaan. Hasil skor PT XL Axiata memberikan bantuan berupa materi kepada keluarga yang dianggap kurang mampu adalah 324 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.25
Saya merasa nyaman ketika mengikuti program kegiatan CSR

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	16	16.00	32
Cukup setuju	3	39	39.00	117
Setuju	4	28	28.00	112
Sangat Setuju	5	17	17.00	85
Jumlah		100	100.00	346

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.25 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan saya merasa nyaman ketika mengikuti program kegiatan CSR yaitu 16 orang atau 16% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan ada sebagian masyarakat yang merasa tidak nyaman berada ditempat yang ramai. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 17 orang (17%). Hasil skor Pihak perusahaan memperlakukan karyawan dengan baik adalah 346 berada pada kriteria baik.

Tabel 4.26
Saya merasa produk XL membantu saya dalam kegiatan komunikasi sehari-hari

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	1	1.00	1
Tidak Setuju	2	16	16.00	32
Cukup setuju	3	49	49.00	147
Setuju	4	21	21.00	84
Sangat Setuju	5	13	13.00	65
Jumlah		100	100.00	329

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.26 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan Saya merasa produk XL membantu saya dalam kegiatan komunikasi sehari-hari yaitu 16orang atau 16% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan sinyal yang kurang baik akhir-akhir ini. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 13 orang (13%). Adanya fitur produk yang menarik dan memberikan banyak pilihan paket internet yang memudahkan konsumen dalam berkomunikasi. Hasil skor Saya merasa produk XL membantu saya dalam kegiatan komunikasi sehari-hari adalah 329 berada pada kriteria cukup baik.

Tabel 4.27
PT XL Axiata memiliki logo yang menarik dan nama produk yang mudah diingat

Jawaban Responden	Skor	Jumlah	Prosentase (%)	Pembobotan
Sangat Tidak Setuju	1	0	0.00	0
Tidak Setuju	2	11	11.00	22
Cukup setuju	3	50	50.00	150
Setuju	4	23	23.00	92
Sangat Setuju	5	16	16.00	80
Jumlah		100	100.00	344

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan hasil tabel 4.27 dapat diketahui bahwa jawaban responden mengenai pernyataan PT XL Axiata memiliki logo yang menarik dan nama produk yang mudah diingat yaitu 11 orang atau 11% menjawab Tidak Setuju. Hal ini dikarenakan mereka menganggap logo dari perusahaan *provider* lain lebih menarik. Namun, ada beberapa responden yang menjawab sangat setuju yaitu 16 orang (16%). Karena mereka beranggapan bahwa XL memiliki logo dan nama produk yang singkat dan jelas, sehingga mudah untuk diingat. Hasil skor PT XL

Axiata memiliki logo yang menarik dan nama produk yang mudah diingat adalah 344 berada pada kriteria baik.

Kriteria dan skor pembobotan secara keseluruhan dari variabel Citra Perusahaan dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel. 4. 28
Total Pembobotan Variabel Citra Perusahaan

No	Indikator	Pembobotan	Prosentase (%)	Kategori
1	PT XL Axiata peduli terhadap pendidikan masyarakat	321	64.20	Cukup Baik
2	PT XL Axiata peduli terhadap kesehatan masyarakat	325	65.00	Cukup Baik
3	PT XL Axiata memberikan bantuan berupa materi kepada keluarga yang dianggap kurang mampu	324	64.80	Cukup Baik
4	Pihak perusahaan memperlakukan karyawan dengan baik	346	69.20	Baik
5	Saya merasa produk XL membantu saya dalam kegiatan komunikasi sehari-hari	329	65.80	Cukup Baik
6	PT XL Axiata memiliki logo yang menarik dan nama produk yang mudah diingat.	344	68.80	Baik
Total		1,989		
Rata-rata		331.50	66.30	Cukup Baik

Sumber: data olahan kuisioner 2014

Berdasarkan tabel 4.28 tersebut di atas menunjukkan bahwa rata-rata item pada variabel Citra Perusahaan berada pada kategori “Cukup Baik” yang ditunjukkan pada rata-rata bobot sebesar 331,50 (66,30%).

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian

1. Pengujian Validitas

Uji validasi ditujukan untuk menguji sejauhmana alat ukur dalam hal ini kuesioner mengukur apa yang ingin diukur. Pengujian validasi dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing item skor dengan total skor. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *product-moment pearson*, sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Butir yang mempunyai korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Syarat minimum dikatakan valid untuk variabel penelitian adalah $r = 0,30$.

Tabel 4.29
Uji validitas variabel CSR

Item	r korelasi	r kritis	Ket
1	0.556	0.3	valid
2	0.374	0.3	valid
3	0.328	0.3	valid
4	0.429	0.3	valid
5	0.629	0.3	valid
6	0.528	0.3	valid
7	0.512	0.3	valid
8	0.564	0.3	valid
9	0.549	0.3	valid
10	0.735	0.3	valid
11	0.416	0.3	valid
12	0.457	0.3	valid
13	0.569	0.3	valid
14	0.618	0.3	valid
15	0.520	0.3	valid
16	0.574	0.3	valid
17	0.688	0.3	valid

Tabel 4.30
Uji validitas variabel Citra

Item	r korelasi	r kritis	Ket
1	0.520	0.3	Valid
2	0.407	0.3	Valid
3	0.404	0.3	Valid
4	0.330	0.3	Valid
5	0.576	0.3	Valid
6	0.469	0.3	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dalam variabel CSR dan Citra semua item valid karena nilai r korelasinya lebih besar dari r kritis.

2. Reliabilitas Instrumen

Analisis reliabilitas merupakan salah satu ciri utama instrumen pengukuran yang baik. Reliabilitas sering disebut juga sebagai keterpercayaan, keandalan, kejegan, konsisten dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas secara empiris ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas, walaupun secara teoritis besarnya koefisien berkisar antara 0,00-1,00 dan juga dapat bertanda positif (+) maupun negatif (-). Dalam hal reliabilitas, koefisien yang besarnya kurang dari nol (0,00) tidak ada artinya karena interpretasi reliabilitas selalu mengacu pada koefisien yang positif.

Pada penelitian ini digunakan metode pengukuran reliabilitas *Alpha Cronbach*, dengan kriteria besarnya koefisien reliabilitas minimal harus dipenuhi oleh suatu alat ukur adalah 0,70 yang berarti bahwa secara keseluruhan alat ukur telah memiliki konsistensi yang dapat diandalkan. Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai reliabilitasnya:

Tabel 4.31
Nilai Reliabilitas

Variabel	Nilai	Reliabel
CSR	0,889	Reliabel
Citra	0,715	Reliabel

Nilai reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan pada variabel CSR dan Citra sebagai alat pengukur termasuk pada kategori korelasi kuat karena nilainya lebih besar dari 0,7.

4.4 Transformasi Data

Asumsi yang harus dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi linier data pengamatan minimal memiliki skala pengukuran interval. Agar dapat menggunakan analisis regresi dilakukan proses transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval melalui suatu metode yang dikenal sebagai *method of successive interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z untuk setiap pilihan jawaban.

5. Hitung nilai numerik penskalaan (skala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Density at Lower limit} - \text{Density at Uper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Di mana:

- Density at Lower limit = Kepadatan batas bawah
- Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas
- Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas
- Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut:

$$\text{Score} = \text{Scale Value} + \text{Scale Value}_{\text{Minimum}} + 1$$

Tabel 4.32
MSI (Method of Success Interval) Pertanyaan 1 pada
Variabel CSR

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1	1	1	0,010	0,010	0,027	-2,326	1,000
	2	21	0,210	0,220	0,296	-0,772	2,382
	3	24	0,240	0,460	0,397	-0,100	3,245
	4	30	0,300	0,760	0,311	0,706	3,952
	5	24	0,240	1,000	0,000		4,961

4.5 Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan

4.5.1. Korelasi Antara Variabel CSR Dengan Variabel Citra

Adapun hasil pengukuran besarnya hubungan terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.33
Korelasi Antara CSR Dengan Citra

		CITRA	CSR
Pearson Correlation	CITRA	1.000	.702
	CSR	.702	1.000

Dari hasil perhitungan, didapat koefisien korelasi antara CSR dengan Citra $r = 0.702$, ini berarti terdapat hubungan yang kuat antara CSR dengan Citra. Arahnya positif ini berarti apabila CSR meningkat maka Citra juga semakin meningkat.

4.5.2 Koefisien Determinansi

Besarnya sumbangan atau peranan variabel CSR terhadap variabel citra dapat diketahui dengan menggunakan analisis koefisien determinasi (KD).

Tabel 4.34
Pengaruh CSR terhadap citra

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.488	2,27899

Koefisien determinasinya (*R Square*) menunjukkan nilai sebesar 0,493 atau sebesar 49,3% diperoleh dari hasil ($r^2 \times 100\% = 0,702^2 \times 100\% = 49,3\%$), artinya variabel citra dipengaruhi oleh variable CSR sebesar 49,3% dan sisanya 50,7% dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk dan *brand image* yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5.3 Analisis Regresi Variabel CSR Terhadap Citra

Berdasarkan besaran koefisien pada tabel lampiran hasil analisis, maka model regresi yang terbentuk dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 4.35 Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.819	1.355	5.771	.000
	CSR	.234	.024	.702	.000

a. Dependent Variable: CITRA

Dari tabel tersebut juga diperoleh persamaan regresi adalah:

$$\text{Citra} = 7.819 + 0.234 * \text{CSR}$$

1. Konstanta sebesar 7.819 artinya jika untuk variabel CSR bernilai nol, nilai Citra adalah sebesar 7.819 satuan.
2. Variabel CSR (X) memiliki nilai positif sebesar 0.234. Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 satuan CSR akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai Citra sebesar $7.819 + 0.234(1) = 8.053$. Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin tinggi CSR maka semakin tinggi Citra.

4.5.4 Pengujian Hipotesis

Analisis ini untuk menguji hipotesis bahwa variabel CSR memiliki pengaruh nyata terhadap variabel Citra.

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap Citra.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR terhadap Citra.

Berikut adalah table hasil uji t output SPSS,

Tabel 4.36
Uji t Hitung Variabel CSR terhadap Citra

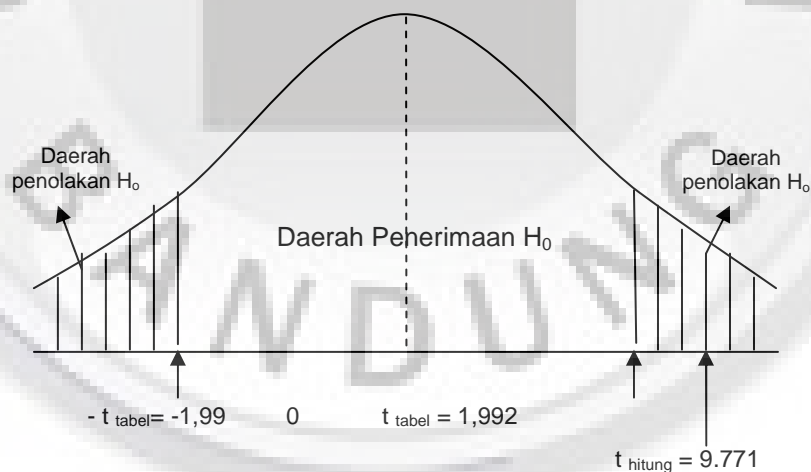
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.819	1.355		5.771	.000
	CSR	.234	.024	.702	9.771	.000

a. Dependent Variable: CITRA

T tabel = 1,99

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t hitung, diketahui bahwa nilai uji t hitung variabel CSR sebesar 9.771, karena uji t hitung > t tabel atau $9.771 > 1,99$ maka terdapat pengaruh antara variabel CSR terhadap Citra.



Gambar 4.1
Kurva Uji-t Dua Pihak Variabel CSR Terhadap Variabel Citra

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t hitung, diketahui bahwa nilai uji t hitung variabel CSR sebesar 9.771, karena uji t hitung

> t tabel atau $9.771 > 1,99$ maka terdapat pengaruh antara variabel CSR terhadap Citra.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program CSR berpengaruh terhadap citra yang dimiliki oleh PT XL-AXIATA. Karena, jika suatu perusahaan tidak peduli terhadap lingkungan dan pengembangan masyarakat, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan penilaian yang buruk dari berbagai macam pihak, khususnya masyarakat. Bagi perusahaan sebesar PT XL-AXIATA, program CSR tentunya sudah menjadi kewajiban yang ditetapkan oleh pemerintah dan harus menjadi suatu rutinitas bagi perusahaan yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam mencapai kesejahteraan.