

## **Penerapan Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Reputasi Perusahaan Pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti**

Wandi Yusri<sup>1</sup>, Yeni Sapridawati<sup>2</sup>, Yul Emri Yulis<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup>Universitas Islam Kuantan Singingi, Riau, Indonesia

Email Corresponding: [wandiyusri009@gmail.com](mailto:wandiyusri009@gmail.com)

---

### **Article History**

Received: 15-01-2025

Revision: 16-01-2025

Accepted: 28-01-2025

Published: 31-01-2025

**Abstract.** This study aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) implementation on the corporate reputation of PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti. Data were collected through questionnaires distributed to 91 respondents and analyzed using simple linear regression. The results show that CSR has a positive and significant impact on corporate reputation, with a regression coefficient value of 0.832. The adjusted R Square value of 43.8% indicates that the CSR variable explains a substantial portion of the variation in corporate reputation, while the remaining 56.2% is influenced by other factors. Effective CSR implementation, such as programs in education, infrastructure, agribusiness, and health, has been proven to enhance positive public perceptions of the company. These findings align with previous research, emphasizing the critical role of CSR in improving corporate reputation, supporting business sustainability, and preventing conflicts with surrounding communities.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, corporate reputation, PT. RAPP, business sustainability, public relations

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap reputasi perusahaan PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada 91 responden dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,832. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 43,8% menunjukkan bahwa variabel CSR menjelaskan sebagian besar variasi pada reputasi perusahaan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Penerapan CSR yang efektif, seperti program di bidang pendidikan, infrastruktur, agribisnis, dan kesehatan, terbukti meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa CSR berperan penting dalam meningkatkan reputasi perusahaan, mendukung keberlanjutan usaha, dan mencegah konflik dengan masyarakat sekitar.

**Kata Kunci:** Corporate Social Responsibility, reputasi perusahaan, PT. RAPP, keberlanjutan usaha, hubungan masyarakat

---

### **PENDAHULUAN**

Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini telah menjadi salah satu konsep yang dikenal luas dalam dunia bisnis, terutama sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan (Carroll & Brown, 2018). CSR mencakup tanggung jawab sosial, kesejahteraan masyarakat, serta pengelolaan kualitas hidup komunitas di sekitar perusahaan (Carroll & Brown, 2018). Dalam hal ini, perusahaan berperan penting dalam mendukung

perekonomian yang sehat sambil mempertahankan keberlanjutan lingkungan (Ammar et al., 2024) dan (Alqitipia & Andriani, 2025).

Di era globalisasi dengan dinamika perubahan yang sangat cepat dan persaingan yang semakin intens, perusahaan menghadapi berbagai tantangan yang beragam. Ketidaksadaran perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya sering kali menyebabkan dampak negatif terhadap reputasi, bahkan menimbulkan konflik dengan masyarakat (Zahra & Wright, 2016). Oleh karena itu, keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan program CSR tidak hanya memberikan kontribusi terhadap masyarakat tetapi juga membantu perusahaan mendapatkan kepercayaan dan citra positif. Dengan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, tujuan perusahaan dapat tercapai secara optimal (Islam et al., 2021).

PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan pulp dan kertas menyadari pentingnya pelaksanaan CSR. Berbagai program sosial dan lingkungan terus diimplementasikan untuk mendukung kesejahteraan masyarakat serta menjaga kualitas lingkungan. CSR dalam konteks ini menjadi strategi penting dalam membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat setempat. CSR bukan hanya dilihat sebagai pemenuhan tanggung jawab ekonomi dan nilai perusahaan, tetapi juga mencakup tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam kerangka triple bottom line (Swanson & Orlitzky, 2018).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan antara implementasi CSR dan reputasi perusahaan. (Rahmayanti, 2014) menemukan bahwa implementasi CSR yang variatif dan responsif terhadap kebutuhan lingkungan meningkatkan reputasi PT. KAI Daop 6 Yogyakarta. Sementara itu, (Putri et al., 2016) menunjukkan bahwa CSR tidak secara langsung memengaruhi nilai perusahaan, tetapi faktor-faktor seperti ukuran dewan komisaris memoderasi hubungan tersebut. (Pratiwi et al., 2020) dan (Asmirasari, 2024) mengonfirmasi bahwa penerapan CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap reputasi perusahaan di sektor perbankan, yang juga ditemukan oleh (Nofrianti & Saraswati, 2020) dalam studi mereka tentang sektor perbankan di Indonesia. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh (Nofrianti & Saraswati, 2020), menunjukkan bahwa meskipun CSR dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan, reputasi perusahaan justru berkontribusi positif. Penelitian Desita Rianta Mitra (Haryani & Pangestuti, 2022) menemukan bahwa CSR secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan, namun efektivitasnya dapat dipengaruhi oleh variabel moderasi seperti Good Corporate Governance (GCG). (Astuti, 2020) mencatat bahwa CSR berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan. Sementara (Wulandari, 2019) menunjukkan pengaruh positif CSR disclosure terhadap profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, (Razak et al., 2020) menemukan bahwa implementasi CSR tidak selalu meningkatkan profitabilitas dalam jangka pendek, seperti yang terlihat pada PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk.

Namun demikian, meskipun literatur telah banyak membahas tentang manfaat CSR bagi perusahaan, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) dalam mengkaji secara spesifik bagaimana penerapan CSR oleh perusahaan di sektor industri tertentu, seperti industri pulp dan kertas, memengaruhi reputasi perusahaan secara langsung. Studi ini mencoba mengisi gap tersebut dengan meneliti penerapan CSR di PT. RAPP Estate Cerenti, sebuah entitas yang beroperasi di industri pulp dan kertas di Indonesia, yang sering kali menghadapi tantangan lingkungan dan sosial yang unik.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap pengaruh penerapan CSR

terhadap reputasi perusahaan dalam konteks industri pulp dan kertas, yang belum banyak dibahas secara mendalam di literatur sebelumnya. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan komprehensif untuk mengukur keberhasilan CSR, mencakup berbagai dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik CSR.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana implementasi CSR di PT. RAPP Estate Cerenti memengaruhi reputasi perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai pentingnya integrasi tanggung jawab sosial dalam strategi bisnis, khususnya dalam konteks industri yang memiliki dampak signifikan terhadap masyarakat dan lingkungan”.

## **METODE**

### **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis untuk mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan. Data yang digunakan mencakup nilai-nilai yang diperoleh secara pasti.

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti, Kabupaten Kuantan Singingi. Waktu penelitian dimulai dari tahap pengajuan judul hingga penyusunan laporan akhir.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi penelitian adalah masyarakat penerima program CSR PT. RAPP Estate Cerenti sebanyak 1.041 subjek. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode Sampling Insidental, dengan total 91 responden, termasuk penerima dan pemanfaat program CSR.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen seperti sejarah berdirinya perusahaan, struktur organisasi, serta dokumen pendukung lainnya.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu observasi, dokumentasi, dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung atau tidak langsung terhadap fenomena yang diteliti. Dokumentasi mengacu pada pengumpulan informasi dari dokumen tertulis, gambar, atau karya monumental. Kuesioner digunakan untuk mendapatkan data melalui serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden, menggunakan skala Likert.

### **Variabel Penelitian dan Konsep Operasional Variabel**

Penelitian ini memiliki dua variabel utama. Variabel independen (X) adalah Corporate Social Responsibility (CSR), yang mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap aspek Ekonomi, Sosial, dan lingkungan (Said, 2018). Variabel dependen (Y) adalah Reputasi Perusahaan, yang Mencerminkan kesan berdasarkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat dengan indikator Reliability, Trustworthiness, dan Responsibility (Rahmayanti, 2014).

## Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert lima poin (1–5) untuk mengukur variabel CSR (X) dan reputasi perusahaan (Y). Skala interpretasi penilaian meliputi:

- 1,00–1,80: Sangat tidak baik
- 1,81–2,60: Tidak baik
- 2,61–3,40: Cukup baik
- 3,41–4,20: Baik
- 4,21–5,00: Sangat baik

## Analisis Data

### *Analisis Deskriptif*

Penelitian deskriptif adalah penelitian dengan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian (Kim et al., 2017). Jenis penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi, penjelasan, juga validasi mengenai fenomena yang tengah diteliti yaitu Penerapan Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dan Pengaruhnya Terhadap Reputasi Perusahaan Pada PT. Riau Andalan Pulp.

### *Analisis Linear Sederhana*

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui perubahan nilai variabel terikat akibat adanya nilai variabel bebas. Model regresi linear sederhana adalah model probabilistik yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel dimana salah satu variabel dianggap memengaruhi variabel yang lain (Montgomery et al., 2021). Variabel yang memengaruhi dinamakan variabel Independen dan Variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen. Model persamaan linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

Keterangan: Y = Reputasi Perusahaan  
 X = Corporate Social Responsibility (CSR)  
 a = Konstanta  
 $\beta$  = Koefisien regresi.  
 e = error

### *Uji t (Secara Parsial)*

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji ini dilakukan dengan menganalisis probabilitas signifikansi t dari setiap variabel yang terdapat pada output hasil regresi menggunakan SPSS. Penetapan diterima atau ditolaknya hipotesis dapat dilakukan melalui dua cara. Pertama, dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika t hitung lebih kecil dari t tabel, hipotesis ditolak, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan. Kedua, dengan melihat nilai probabilitas (p-value). Jika probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak, sedangkan jika probabilitas kurang dari 0,05, hipotesis diterima.

### *Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)*

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk menentukan kemampuan variabel independen

dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 (satu) berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Alasan digunakan uji ini agar diketahui kemampuan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam menjelaskan variabel Reputasi Perusahaan.

## HASIL

### Penerapan Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya untuk menciptakan kondisi yang ideal bagi masyarakat sekaligus menjaga kelestarian lingkungan. CSR memiliki peran penting dalam membangun reputasi perusahaan. Dalam hal ini, masyarakat menjadi bagian vital dalam menunjang operasional PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP). Selain kinerja karyawan, masyarakat juga berkontribusi dalam menilai kinerja perusahaan, baik secara positif maupun negatif. Informasi dan opini yang berasal dari masyarakat dapat berdampak langsung pada reputasi dan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus aktif menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar keberadaannya tidak mengganggu, tetapi justru memberikan manfaat.

PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) secara konsisten berupaya membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar melalui berbagai bentuk bantuan yang diberikan setiap tahun. Program-program bantuan tersebut meliputi bidang pendidikan, seperti renovasi sekolah, beasiswa S1, dan perlengkapan sekolah; infrastruktur, seperti pembangunan jalan, masjid, dan rumah adat; serta sarana dan prasarana Proklamasi. Selain itu, perusahaan juga memberikan kesempatan yang sama kepada masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada. Dukungan lain termasuk program pelatihan dan penyuluhan untuk ibu hamil dan balita, yang menjadi bagian dari program nasional yang diimplementasikan oleh perusahaan.

Bantuan dalam program CD Estate Cerenti tahun 2019–2022 mencakup berbagai inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung keberlanjutan lingkungan sekitar, yaitu:

- Program Social Infrastructure: Bantuan meliputi material untuk pembangunan masjid, musholla, dan rumah tahfiz, renovasi rumah adat, serta balai pertemuan.
- Agribisnis: Program ini mencakup bantuan sarana dan prasarana proklamasi, budidaya padi, bakalan sapi Bali, kompor gas untuk usaha sentra peternakan (IFS-MJ), saprodi pertanian, benih pinang, bibit pisang, serta pelatihan pengolahan sampah.
- School Equipment: Bantuan berupa pembangunan gedung sekolah dan penyediaan meubelair seperti meja dan kursi.
- School Improvement: Bantuan perbaikan sekolah dasar (SD) serta pendampingan dan pelatihan untuk sekolah dasar.
- Scholarship: Penyediaan beasiswa bagi siswa SLTA/SMA dan perguruan tinggi (S1).
- Education: Bantuan pembangunan tempat wudhu dan MCK.
- SME: Dukungan bagi usaha kecil dan menengah, termasuk bantuan cap batik nagori, mesin jahit, pelatihan menjahit, dan pembuatan plang nama untuk mitra UMKM.
- Social Cultural: Bantuan meliputi sembako selama pandemi COVID-19, spanduk new

normal, sunatan massal, serta dukungan kegiatan pacu jalur.

- Community Health: Program ini mencakup renovasi posyandu, penyediaan paket gizi, penyuluhan bagi balita dan ibu hamil, pelatihan serta bantuan baju kader posyandu, dan pemberian makanan tambahan (PMT).

Upaya penerapan Good Corporate Governance oleh PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) dilakukan melalui kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat. Kegiatan ini akan meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akhirnya akan mendukung aktivitas bisnis perusahaan di masa yang akan datang secara berkesinambungan. Adapun kegiatan CSR Bank Sulselbar ini direncanakan setiap tahunnya dengan alokasi dana yang diperoleh dari 2,5% Laba perusahaan. Pelaksanaan CSR berpedoman kepada Sistem Operasional Prosedur yang telah ditetapkan oleh Direksi melalui Surat Keputusannya dengan terlebih dahulu memperoleh persetujuan dari Dewan Komisaris. CSR diatur dalam pasal 74 ayat 1, ayat 2, ayat 3, ayat 4 UU Nomor 40 Tahun 2007.

PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti telah melakukan program CSR dengan “baik” dalam hal ini dapat lihat dari kuesioner yang disebarikan kepada 91 responden. Rata-rata responden menjawab Setuju terhadap pernyataan yang dibuat, baik pada indikator Ekonomi, Sosial, maupun Lingkungan.

**Tabel 1.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ekonomi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					N
		STS	TS	KS	S	SS	
1	CSR memberikan keuntungan kepada PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti lewat program CSR	1	1	4	44	41	91
2	Tidak hanya menjalankan kegiatan bisnis untuk mendapatkan <i>profit</i> (keuntungan), tetapi juga dengan mengalokasikan sebagian keuntungannya untuk pelaksanaan program CSR	0	1	2	47	41	91
3	PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti memberikan kesempatan yang sama kepada masyarakat dalam mengelola sumber daya yang dimiliki	0	0	8	53	30	91
4	Program CSR berupa bantuan modal usaha, scholarship dan bakalan sapi dapat membantu perekonomian penerima program CSR	0	0	12	59	20	91
Jumlah		1	2	26	203	132	
Persentase (%)		0,3	0,5	7,1	55,8	36,3	100

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari data tabel 1, mayoritas responden memberikan pernyataan setuju (55,76%) dan sangat setuju (36,3%), dengan total 92,06%. Responden yang menyatakan kurang setuju sebesar 7,14%, sementara yang tidak setuju dan sangat tidak setuju hanya 0,81%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate

Cerenti pada indikator “Ekonomi ” memiliki reputasi dan citra yang “Baik” di mata masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR).

**Tabel 2.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Sosial

No	Pernyataan	Alternatif jawaban					N
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Program CSR PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti mampu meningkatkan kualitas terhadap sarana dan prasarana umum	0	0	10	47	34	91
2	Bantuan terhadap korban bencana alam sangat membantu masyarakat yang tertimpah musibah	0	0	13	54	24	91
3	Bantuan sarana dan prasarana umum berupa material pembangunan masjid, jalan, renovasi sekolah dan posyandu sangat membantu masyarakat setempat	0	0	15	39	37	91
4	Program CSR PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti berupa bantuan sembako Covid-19 memberikan kesejahteraan bagi masyarakat.	0	1	10	47	33	91
Jumlah		0	1	48	187	128	
Persentase (%)		0	0,3	13,2	51,3	35,2	100

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari tabel 2, mayoritas responden menyatakan sangat setuju (35,2%) dan setuju (51,3%), dengan total 86,5%. Responden yang kurang setuju sebesar 13,2%, sedangkan tidak setuju hanya 0,3%. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti pada indikator “Sosial”, memiliki reputasi dan citra yang “Baik” di mata masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR).

**Tabel 3.** Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Lingkungan

No	Pernyataan	Alternatif jawaban					N
		STS	TS	KS	S	SS	
1	Bentuk kepedulian lingkungan CSR PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti dilaksanakan lewat program CSR.	0	1	14	42	34	91
2	Program CSR yang di lakukan CSR PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti meningkatkan pemahaman untuk lebih peduli pada Lingkungan	0	0	8	52	31	91

3	Bantuan sarana produksi Proklamasi dan saprodi proklamasi meningkatkan kualitas lingkungan hidup masyarakat	0	0	5	61	25	91
4	PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti turut menjaga kebersihan lingkungan sekitar perusahaan	0	0	11	52	28	91
Jumlah		0	1	38	207	118	
Persentase		0	0,3	10,4	56,9	32,4	100

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari tabel 3, sebagian besar responden menyatakan sangat setuju (32,4%) dan setuju (56,9%), dengan total 89,3%. Responden yang kurang setuju sebesar 10,4%, sedangkan tidak setuju hanya 0,3%. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti pada indikator “Lingkungan”, memiliki reputasi dan citra yang “Baik” di mata masyarakat melalui program Corporate Social Responsibility (CSR)..

## Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Reputasi Perusahaan

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	8.756	5.084		1.722	.088	
Konsep CSR	.832	.100	.662	8.326	.000	

a. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

Sumber: Output SPSS 21, 2024

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 8,756 + 0,832X + e$ , dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 8,756 menunjukkan bahwa jika variabel Corporate Social Responsibility (CSR) diasumsikan tetap atau tidak berubah, reputasi perusahaan bernilai 8,756. Koefisien regresi sebesar 0,832 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan CSR sebesar 1 poin akan meningkatkan reputasi perusahaan sebesar 0,832. Faktor error (e) merepresentasikan pengaruh acak atau variabel lain yang memengaruhi reputasi perusahaan tetapi tidak dimasukkan dalam model. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan tanpa adanya indikasi hubungan negatif, yang berarti peningkatan kualitas CSR berkontribusi langsung pada peningkatan reputasi perusahaan.

### Uji t (Secara Parsial)

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel konsep Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Nilai t tabel dihitung dengan rumus  $df = n - k$ , di mana  $n = 91$  (jumlah pengamatan) dan  $k = 2$  (jumlah variabel), sehingga  $df = 91 - 2 = 89$ . Dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai t tabel sebesar 1,662.

**Tabel 5.** Hasil Uji t (Secara Parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.756	5.084		1.722	.088
	Konsep CSR	.832	.100	.662	8.326	.000

b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

**Sumber:** Output SPSS 21, 2024

Nilai t hitung yang diperoleh adalah 8,326, dengan nilai signifikan 0,000. Karena  $8,326 > 1,662$  dan  $0,000 < 0,05$ , maka H1 diterima. Artinya, variabel CSR PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin serius penerapan CSR oleh perusahaan, semakin baik pula persepsi masyarakat terhadap reputasi PT. RAPP Estate Cerenti. Penerapan CSR tidak hanya memberikan manfaat ekonomi dan lingkungan yang baik tetapi juga keuntungan sosial. Hal ini mendukung keberlanjutan usaha perusahaan dan secara tidak langsung mencegah konflik yang dapat merugikan perusahaan.

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 6.** Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model	Model Summary <sup>b</sup>			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 <sup>a</sup>	.438	.432	2.65973

a. Predictors: (Constant), Konsep CSR

b. Dependent Variable: Reputasi Perusahaan

**Sumber:** Output SPSS 21, 2024

Pada Tabel 6, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square) sebesar 0,438. Hal ini menunjukkan bahwa 43,8% variasi pada variabel Y (Reputasi Perusahaan) dapat dijelaskan oleh variabel Konsep Corporate Social Responsibility (CSR). Sementara itu, sisanya sebesar 56,2% ( $100\% - 43,8\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, tidak diketahui, dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

## DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, nilai koefisien regresi sebesar 0,832 menunjukkan bahwa setiap peningkatan CSR sebesar satu poin akan meningkatkan reputasi perusahaan sebesar 0,832. Hal ini mengindikasikan bahwa keberhasilan pelaksanaan CSR tidak hanya berdampak pada masyarakat secara langsung, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Prasiska et al., 2017) dan (Wijaya, 2015), yang menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap reputasi perusahaan, dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Penelitian serupa oleh

(Pratiwi et al., 2020) dan (Asmirasari, 2024) juga menegaskan adanya pengaruh positif CSR terhadap reputasi perusahaan dalam konteks perbankan.

Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 43,8% menunjukkan bahwa hampir setengah dari variasi dalam reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh implementasi CSR. Sisanya, sebesar 56,2%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini, seperti strategi komunikasi perusahaan, kualitas produk, dan hubungan karyawan dengan pelanggan. Namun demikian, angka ini menunjukkan bahwa CSR memainkan peran penting dalam membangun reputasi perusahaan. Penelitian ini mendukung hasil studi oleh (Afriani et al., 2023), yang menyebutkan bahwa CSR tidak hanya berdampak pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga pada peningkatan citra perusahaan dalam pandangan masyarakat.

Program CSR yang dilaksanakan oleh PT. RAPP Estate Cerenti melibatkan berbagai sektor, seperti pendidikan, kesehatan, sosial, budaya, dan lingkungan, yang semuanya dirancang untuk memberikan manfaat langsung bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan teori triple bottom line yang dikemukakan oleh (Žak, 2015), yang menekankan bahwa keberlanjutan perusahaan dapat dicapai melalui keseimbangan antara keuntungan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memperoleh manfaat berupa citra positif, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan dan mencegah potensi konflik dengan masyarakat.

Hasil penelitian ini juga menegaskan pentingnya komitmen perusahaan dalam melaksanakan CSR secara berkualitas dan berkelanjutan. Persepsi masyarakat terhadap reputasi perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas dan keseriusan perusahaan dalam menjalankan program CSR. Hal ini mendukung hasil penelitian oleh (Ganesan et al., 2022), yang menyatakan bahwa persepsi positif terhadap CSR meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan dukungan masyarakat terhadap kegiatan operasional perusahaan. Selain itu, keberhasilan implementasi CSR juga diatur secara legal dalam pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial perusahaan, yang semakin memperkuat urgensi pelaksanaan CSR dalam konteks bisnis di Indonesia.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa CSR adalah elemen strategis yang tidak hanya mendukung reputasi perusahaan tetapi juga mendorong keberlanjutan bisnis. Studi ini menggarisbawahi perlunya perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas CSR agar tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri. Kombinasi antara kepatuhan hukum, keterlibatan sosial, dan inovasi dalam pelaksanaan CSR menjadi kunci utama dalam membangun reputasi perusahaan yang unggul di mata masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Pelaksanaan CSR oleh PT. RAPP melibatkan berbagai program di sektor pendidikan, kesehatan, sosial, budaya, dan lingkungan, yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Dengan program-program yang terstruktur dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat, perusahaan tidak hanya mendapatkan manfaat berupa peningkatan citra positif tetapi juga mendukung keberlanjutan usahanya. Hasil penelitian ini konsisten dengan studi-studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa CSR memiliki peran strategis dalam membangun reputasi perusahaan, meningkatkan kepercayaan

masyarakat, dan menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) Estate Cerenti. Berdasarkan analisis regresi linear sederhana, setiap peningkatan pelaksanaan CSR sebesar satu poin dapat meningkatkan reputasi perusahaan sebesar 0,832. Hal ini menegaskan bahwa CSR merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi reputasi perusahaan di mata masyarakat. Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 43,8% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi reputasi perusahaan dapat dijelaskan oleh penerapan CSR, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, PT. Riau Andalan Pulp and Paper (RAPP) disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan melakukan evaluasi dampak secara berkala guna memastikan relevansi dan manfaatnya bagi masyarakat. Program-program CSR sebaiknya dirancang berdasarkan kebutuhan lokal agar lebih efektif dan berdampak nyata. Perusahaan juga perlu meningkatkan transparansi dan komunikasi terkait pelaksanaan CSR melalui publikasi laporan tahunan yang mencakup pencapaian, manfaat, dan rencana ke depan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Selain itu, penting bagi PT. RAPP untuk memperluas kolaborasi dengan pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), dan komunitas lokal agar program-program CSR memiliki jangkauan yang lebih luas dan efektif. Inovasi dalam pelaksanaan CSR juga perlu dilakukan, misalnya dengan memanfaatkan teknologi untuk mendukung program di bidang pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan masyarakat. Fokus pada aspek keberlanjutan lingkungan, seperti penghijauan, pengelolaan limbah, dan konservasi sumber daya alam, juga menjadi prioritas penting untuk memastikan kelestarian lingkungan sekitar wilayah operasional perusahaan. Dengan langkah-langkah ini, PT. RAPP dapat memperkuat reputasinya sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial sekaligus mendukung keberlanjutan bisnisnya.

## REFERENSI

- Afriani, A., Antong, A., & Usman, H. (2023). Implementasi corporate social responsibility (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7(1), 16–26.
- Alqitipia, M., & Andriani, R. (2025). Penerapan Akuntansi Lingkungan Dalam Pengelolaan Limbah Pada PT. Citra Riau Sarana II. *JURNAL EKONOMIAL-KHITMAH*, 7(1), 1–12.
- Ammar, Z., Irwan, M., Sapridawati, Y., Andriani, R., & Yulis, Y. E. (2024). Ekonomi Hijau Sebagai Strategi Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia: Literatur Review. *JURNAL EKONOMIAL-KHITMAH*, 6(1), 1–12.
- Asmirasari, Y. (2024). *IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PT. BIOTA LAUT GANGGANG DALAM MEMBANGUN COMMUNITY RELATION DI DESA POLEWALI*. IAIN ParePare.
- Astuti, L. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Di Sekitar PT Panca Usaha Palopo Plywood. *Jurnal Akuntansi STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1).

- Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2018). Corporate social responsibility: A review of current concepts, research, and issues. *Corporate social responsibility*, 39–69.
- Ganesan, Y., Sadaa, A. M., Kareem, A. A., Aldegis, A. M., & Al-Sakkaf, M. A. (2022). Social Responsibility in Marketing. In *Artificial Neural Networks and Structural Equation Modeling: Marketing and Consumer Research Applications* (hal. 293–311). Springer.
- Haryani, I., & Pangestuti, R. S. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Good Corporate Governance Dan Coporate Social Responbility Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Lq45. *Jurnal Manifest*, 2(02), 296–314.
- Islam, T., Islam, R., Pitafi, A. H., Xiaobei, L., Rehmani, M., Irfan, M., & Mubarak, M. S. (2021). The impact of corporate social responsibility on customer loyalty: The mediating role of corporate reputation, customer satisfaction, and trust. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 123–135.
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of qualitative descriptive studies: A systematic review. *Research in nursing & health*, 40(1), 23–42.
- Montgomery, D. C., Peck, E. A., & Vining, G. G. (2021). *Introduction to linear regression analysis*. John Wiley & Sons.
- Nofrianti, A., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance pada reputasi perusahaan (Studi pada perbankan di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 1–20.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitr, D. (2017). CSR dan Citra Perusahaan. *Jurnal bisnis dan ekonomi*, 24(1).
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 95–103.
- Putri, A. K., Sudarma, M., & Purnomosidhi, B. (2016). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel pemoderasi (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 14(2), 344–358.
- Rahmayanti, D. R. (2014). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membangun Reputasi Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1).
- Razak, L. A., Pasigai, M. A., & Khatimah, H. (2020). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi kasus pada PT Bank Danamon Indonesia, TBK). *Invoice: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 2(1), 53–61.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam perspektif governance*. Deepublish.
- Swanson, D. L., & Orlitzky, M. (2018). *Leading the triple bottom line: A corporate social responsibility approach*. Sage Publications Limited Thousand Oaks, CA, USA.
- Wijaya, H. F. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Citra Perusahaan (Survei pada Masyarakat Penerima Program CSR PT. PINDAD (Persero) di Kelurahan Sedayu, Kecamatan Turen, Kabupaten Malang)*. Brawijaya University.
- Wulandari, S. (2019). *Pengaruh corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap profitabilitas perusahaan (studi empiris pada perusahaan subsektor perkebunan di Bursa Efek Indonesia)*. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS.
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the social role of entrepreneurship. *Journal of management studies*, 53(4), 610–629.
- Žak, A. (2015). Triple bottom line concept in theory and practice. *Social Responsibility of Organizations Directions of Changes*, 387(1), 251–264.