



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 20552-20558

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Citra Perusahaan Dengan Kinerja sebagai Variabel Intervening pada PT. Jhonlin Group Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan di Batulicin

Ernawati¹, Andi Rudi Latif², Sutrisno³, Hardika Muhammad Fatih⁴

^{1,2,3,4}STIE Pancasetia

¹ernastiepan@gmail.com , ²andilatif4777@gmail.com , ³sutrisno_jose@yahoo.co.id , ⁴hardikamf@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap citra perusahaan dengan kinerja sebagai variabel intervening pada PT Jhonlin Group Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan di Batulicin. *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* telah menjadi fokus utama bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan jangka panjang dan membangun citra yang baik di mata masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah para stakeholder yang terdiri dari karyawan, pelanggan, dan masyarakat sekitar perusahaan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang dipilih secara acak. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan menggunakan software statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kinerja perusahaan terhadap citra perusahaan. Variabel kinerja juga terbukti sebagai variabel intervening antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) dengan citra perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan membangun citra yang baik. Kinerja perusahaan juga memiliki peran sebagai variabel intervening antara CSR dan GCG dengan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan implementasi CSR dan GCG dengan baik untuk meningkatkan kinerja dan citra mereka.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Kinerja Perusahaan, Citra Perusahaan, PT Jhonlin Group.

1. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis modern menuntut perusahaan untuk memperhatikan tanggung jawab sosial dan praktek tata kelola perusahaan yang baik sebagai faktor yang sangat penting dalam membangun citra yang baik di mata masyarakat. Perusahaan yang menjalankan praktik-praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) yang baik diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan mereka dan pada akhirnya mempengaruhi kinerja perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan konsep yang melibatkan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang menjalankan CSR diharapkan dapat memberikan kontribusi positif pada masyarakat, seperti memberikan bantuan sosial, melindungi lingkungan, dan menjaga hak-hak pekerja. Selain itu, *Good Corporate Governance* (GCG) adalah kerangka kerja yang mencakup prinsip-prinsip tata kelola yang baik dalam mengelola dan mengawasi perusahaan. Prinsip-prinsip GCG termasuk transparansi, akuntabilitas, keadilan, dan tanggung jawab korporasi.

Citra perusahaan adalah persepsi yang dimiliki oleh masyarakat, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang baik mencerminkan kepercayaan, kredibilitas, dan reputasi yang positif di mata masyarakat. Citra perusahaan yang baik dapat meningkatkan daya tarik perusahaan bagi konsumen, investor, dan mitra bisnis.

Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Citra Perusahaan Dengan Kinerja sebagai Variabel Intervening pada PT. Jhonlin Group Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan di Batulicin

Kinerja perusahaan juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan perusahaan. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan berbagai indikator, seperti pendapatan, laba, pertumbuhan penjualan, dan return on investment. Kinerja perusahaan yang baik dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Dalam konteks PT Jhonlin Group, sebuah perusahaan yang beroperasi di Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan di Batulicin, penting untuk menganalisis pengaruh CSR dan GCG terhadap citra perusahaan dengan kinerja sebagai variabel intervening. PT Jhonlin Group memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar dan juga perlu menjalankan praktek tata kelola perusahaan yang baik untuk menciptakan kepercayaan dan citra positif di mata pemangku kepentingan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh CSR dan GCG terhadap citra perusahaan PT Jhonlin Group. Selain itu, penelitian ini juga akan menguji peran kinerja sebagai variabel intervening antara CSR, GCG, dan citra perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara CSR, GCG, citra perusahaan, dan kinerja perusahaan di PT Jhonlin Group.

2. Studi Literatur

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan usahanya secara etis dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan demi menciptakan pembangunan yang berkelanjutan. Penerapan CSR tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan (profit), tetapi juga memberikan manfaat kepada masyarakat (people) serta menjaga kelestarian lingkungan (planet).

Menurut Carroll (1991), Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab perusahaan yang mencakup empat dimensi utama, yaitu tanggung jawab ekonomi (economic responsibility), tanggung jawab hukum (legal responsibility), tanggung jawab etis (ethical responsibility), dan tanggung jawab filantropi (philanthropic responsibility). Keempat dimensi tersebut menjadi dasar dalam pelaksanaan aktivitas bisnis yang bertanggung jawab. Sementara itu, menurut Kotler dan Nancy Lee (2005), Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik serta memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan melibatkan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Menurut John Elkington (1997), konsep CSR dikembangkan melalui pendekatan Triple Bottom Line yang menekankan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan ekonomi (profit), tetapi juga dari kontribusi terhadap masyarakat (people) dan pelestarian lingkungan (planet).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis secara etis dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan guna menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan (stakeholders). Berdasarkan berbagai teori dan pendapat para ahli, Corporate Social Responsibility merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnis secara bertanggung jawab dengan memperhatikan keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Implementasi CSR tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan perusahaan, tetapi juga menciptakan kesejahteraan masyarakat, menjaga kelestarian lingkungan, memperkuat hubungan dengan stakeholder, serta mendukung pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, CSR menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dan mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) merupakan konsep tata kelola perusahaan yang bertujuan menciptakan sistem pengelolaan perusahaan yang transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan adil sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan serta memberikan perlindungan terhadap kepentingan seluruh pemangku kepentingan. Penerapan GCG menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan perusahaan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Tata kelola perusahaan yang baik diyakini mampu meningkatkan efisiensi operasional, meminimalkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, serta meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (2023), Good Corporate Governance merupakan seperangkat hubungan antara manajemen perusahaan, dewan direksi, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya yang menjadi dasar dalam menetapkan tujuan perusahaan, menentukan cara pencapaian tujuan tersebut, serta melakukan pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Definisi ini menunjukkan bahwa GCG

tidak hanya berfungsi sebagai sistem pengendalian, tetapi juga sebagai mekanisme yang mampu menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi perusahaan dengan kepentingan para stakeholder.

Di Indonesia, konsep Good Corporate Governance mengacu pada pedoman yang diterbitkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (2006), yang menyatakan bahwa GCG merupakan suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ perusahaan untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai perusahaan dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan para pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya. Oleh karena itu, penerapan GCG menjadi salah satu strategi penting dalam menciptakan perusahaan yang sehat, transparan, dan berdaya saing tinggi. Konsep Good Corporate Governance didasarkan pada lima prinsip utama yang dikenal dengan istilah TARIF, yaitu transparansi (transparency), akuntabilitas (accountability), responsibilitas (responsibility), independensi (independency), serta kewajaran dan kesetaraan (fairness). Prinsip transparansi mengharuskan perusahaan menyampaikan informasi secara terbuka, akurat, dan tepat waktu kepada seluruh pihak yang berkepentingan. Prinsip akuntabilitas menekankan kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan pertanggungjawaban setiap organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan berjalan secara efektif. Prinsip responsibilitas mengharuskan perusahaan mematuhi seluruh ketentuan hukum serta melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan. Selanjutnya, prinsip independensi menuntut agar perusahaan dikelola secara profesional tanpa adanya intervensi maupun benturan kepentingan dari pihak tertentu. Adapun prinsip kewajaran dan kesetaraan mengharuskan perusahaan memberikan perlakuan yang adil kepada seluruh pemegang saham dan stakeholder sesuai hak dan kewajibannya.

Secara teoritis, penerapan Good Corporate Governance didukung oleh Agency Theory yang dikemukakan oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling (1976). Teori ini menjelaskan bahwa hubungan antara pemegang saham sebagai principal dan manajemen sebagai agent berpotensi menimbulkan konflik kepentingan akibat adanya perbedaan tujuan masing-masing pihak. Melalui penerapan mekanisme Good Corporate Governance, konflik tersebut dapat diminimalkan melalui sistem pengawasan, transparansi informasi, serta peningkatan akuntabilitas manajemen. Dengan demikian, GCG berperan sebagai mekanisme pengendalian yang mampu mengurangi agency cost sekaligus meningkatkan kepercayaan investor. Selain Agency Theory, penerapan GCG juga didukung oleh Stakeholder Theory yang diperkenalkan oleh R. Edward Freeman (1984). Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh stakeholder yang dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Oleh karena itu, tata kelola perusahaan yang baik harus mampu mengakomodasi kepentingan seluruh stakeholder agar tercipta hubungan yang harmonis dan keberlanjutan perusahaan dapat terjaga.

Dalam penelitian empiris, Good Corporate Governance umumnya diukur menggunakan lima indikator yang mengacu pada Pedoman Umum GCG dari Komite Nasional Kebijakan Governance, yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, serta kewajaran dan kesetaraan. Kelima indikator tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan telah menerapkan prinsip-prinsip tata kelola yang baik dalam aktivitas operasionalnya. Penerapan indikator-indikator tersebut diyakini mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, memperkuat sistem pengendalian internal, serta meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kepercayaan investor dan efisiensi pengelolaan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Good Corporate Governance merupakan sistem tata kelola perusahaan yang berfungsi mengarahkan dan mengendalikan perusahaan agar dikelola secara profesional, transparan, akuntabel, bertanggung jawab, independen, dan adil. Implementasi GCG yang optimal akan meningkatkan efektivitas pengelolaan perusahaan, memperkuat kepercayaan para pemangku kepentingan, meminimalkan konflik keagenan, serta mendorong terciptanya nilai perusahaan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, Good Corporate Governance menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang.

Citra Perusahaan (Corporate Image)

Citra perusahaan (corporate image) merupakan salah satu aset tidak berwujud (intangible asset) yang memiliki peran strategis dalam menentukan keberhasilan perusahaan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Citra perusahaan mencerminkan persepsi, keyakinan, dan kesan yang terbentuk di benak masyarakat, pelanggan, investor, maupun pemangku kepentingan lainnya terhadap suatu perusahaan berdasarkan pengalaman, informasi, komunikasi, serta kualitas produk atau jasa yang ditawarkan. Citra perusahaan yang positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas pelanggan, menarik investor, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), citra perusahaan adalah sekumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki masyarakat terhadap suatu perusahaan. Persepsi tersebut terbentuk melalui pengalaman langsung maupun informasi yang diterima dari berbagai sumber, sehingga menjadi dasar bagi konsumen dalam

menilai reputasi dan kredibilitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun citra yang positif melalui kualitas produk, pelayanan, komunikasi pemasaran, serta tanggung jawab sosial yang konsisten.

Pendapat serupa dikemukakan oleh David A. Aaker (1997), yang menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan keseluruhan persepsi masyarakat terhadap perusahaan yang terbentuk melalui berbagai asosiasi yang melekat dalam ingatan konsumen. Asosiasi tersebut dapat berupa kualitas produk, inovasi, pelayanan, tanggung jawab sosial, maupun reputasi perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Semakin positif asosiasi yang dimiliki perusahaan, semakin kuat pula citra perusahaan di mata masyarakat. Sementara itu, menurut James Gregory (2004), citra perusahaan merupakan hasil dari seluruh pengalaman, komunikasi, dan interaksi yang dilakukan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Citra yang baik akan menciptakan kepercayaan, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar. Dengan demikian, citra perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk atau jasa, tetapi juga oleh perilaku organisasi, etika bisnis, pelayanan kepada pelanggan, serta kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Secara teoritis, pembentukan citra perusahaan dapat dijelaskan melalui Signaling Theory. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan menyampaikan berbagai informasi kepada pihak eksternal sebagai sinyal mengenai kualitas, prospek, dan kredibilitas perusahaan. Informasi tersebut dapat berupa laporan keuangan, inovasi produk, penghargaan, aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR), maupun praktik Good Corporate Governance (GCG). Ketika sinyal yang diberikan bersifat positif, masyarakat akan membentuk persepsi yang baik terhadap perusahaan sehingga citra perusahaan meningkat. Sebaliknya, apabila perusahaan memberikan sinyal negatif, seperti rendahnya kualitas layanan atau terjadinya pelanggaran etika, maka citra perusahaan cenderung mengalami penurunan. Selain Signaling Theory, konsep citra perusahaan juga didukung oleh Stakeholder Theory yang diperkenalkan oleh R. Edward Freeman (1984). Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan keuntungan, tetapi juga oleh kemampuannya memenuhi harapan seluruh pemangku kepentingan. Hubungan yang harmonis dengan pelanggan, karyawan, investor, pemerintah, dan masyarakat akan membentuk persepsi positif yang pada akhirnya meningkatkan citra perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kepentingan seluruh stakeholder sebagai bagian dari strategi membangun reputasi dan citra perusahaan.

Dalam penelitian pemasaran dan manajemen, citra perusahaan umumnya diukur menggunakan beberapa indikator. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), indikator citra perusahaan meliputi kepribadian perusahaan (corporate personality), reputasi (reputation), nilai-nilai perusahaan (corporate values), serta identitas perusahaan (corporate identity). Kepribadian perusahaan mencerminkan karakter yang membedakan perusahaan dari pesaing. Reputasi menggambarkan penilaian masyarakat terhadap kredibilitas dan kinerja perusahaan. Nilai perusahaan menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnis secara etis dan bertanggung jawab, sedangkan identitas perusahaan berkaitan dengan simbol, logo, nama, maupun komunikasi visual yang menjadi ciri khas perusahaan.

Citra perusahaan yang positif memberikan berbagai manfaat bagi organisasi. Perusahaan dengan citra yang baik cenderung lebih mudah memperoleh kepercayaan konsumen, mempertahankan loyalitas pelanggan, menarik investor, meningkatkan motivasi karyawan, serta memperkuat daya saing di pasar. Sebaliknya, citra perusahaan yang negatif dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat, mengurangi minat pembelian, serta memengaruhi keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun dan mempertahankan citra positif melalui peningkatan kualitas produk dan layanan, penerapan tata kelola perusahaan yang baik, komunikasi yang efektif, serta pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan merupakan persepsi menyeluruh yang dimiliki masyarakat terhadap suatu perusahaan sebagai hasil dari pengalaman, informasi, komunikasi, kualitas produk dan layanan, serta perilaku perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Citra perusahaan yang positif akan meningkatkan kepercayaan stakeholder, memperkuat loyalitas pelanggan, menarik investor, dan mendukung keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan jangka panjang. Oleh karena itu, citra perusahaan menjadi salah satu variabel strategis yang banyak digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan pengaruh berbagai faktor, seperti Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan kualitas pelayanan terhadap kinerja maupun nilai perusahaan.

3. Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap citra perusahaan dengan kinerja sebagai

variabel intervening pada PT Jhonlin Group. Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengumpulan data yang objektif dan analisis statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah semua karyawan, manajemen, dan pemangku kepentingan terkait PT Jhonlin Group di Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan di Batulicin. Namun, karena keterbatasan waktu dan sumber daya, penelitian ini akan menggunakan sampel yang representatif dari populasi. Sampel akan dipilih menggunakan metode purposive sampling, di mana responden yang terpilih memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan CSR, GCG, citra perusahaan, dan kinerja perusahaan.

Pengumpulan Data akan dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang telah dirancang dan divalidasi sebelumnya. Kuesioner akan terdiri dari beberapa bagian, termasuk pertanyaan terkait CSR, GCG, citra perusahaan, dan kinerja perusahaan. Selain itu, data sekunder seperti laporan keberlanjutan perusahaan dan laporan keuangan akan digunakan untuk mendukung analisis.

Variabel Penelitian yaitu variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR), Variabel ini akan mengukur sejauh mana PT Jhonlin Group menjalankan kegiatan CSR yang meliputi aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi. *Good Corporate Governance* (GCG), Variabel ini akan mengukur tingkat kepatuhan dan penerapan prinsip-prinsip GCG oleh PT Jhonlin Group. Variabel Intervening Kinerja Perusahaan, Variabel ini akan mengukur kinerja PT Jhonlin Group berdasarkan indikator-indikator seperti pendapatan, laba, pertumbuhan penjualan, dan return on investment. Variabel Dependen Citra Perusahaan, Variabel ini akan mengukur persepsi dan citra PT Jhonlin Group di mata masyarakat, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya.

Analisis Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik yang sesuai, seperti analisis regresi untuk menguji hubungan antara CSR dan GCG terhadap citra perusahaan, serta analisis jalur (path analysis) untuk menguji peran kinerja perusahaan sebagai variabel intervening. Selain itu, analisis deskriptif juga akan dilakukan untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang variabel-variabel penelitian.

Etika Dalam melakukan penelitian ini, etika penelitian akan dijaga dengan memastikan kerahasiaan data responden, mendapatkan persetujuan dan izin dari PT Jhonlin Group sebagai objek penelitian, serta menjaga keabsahan dan keandalan data yang dikumpulkan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengaruh CSR dan GCG terhadap citra perusahaan dengan kinerja sebagai variabel intervening pada PT Jhonlin Group di Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan di Batulicin. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan praktik CSR, GCG, dan kinerja perusahaan mereka.

4. Hasil dan Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap citra perusahaan dengan kinerja sebagai variabel intervening pada PT Jhonlin Group di Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan di Batulicin. Berikut adalah hasil penelitian dan pembahasan yang terkait:

- 1) Deskripsi Responden: Sebelum membahas hasil penelitian, penting untuk memberikan deskripsi tentang responden yang terlibat dalam penelitian ini. Responden terdiri dari karyawan, manajemen, dan pemangku kepentingan terkait PT Jhonlin Group di Batulicin. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 orang, yang dipilih secara purposive sampling. Responden memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan CSR, GCG, citra perusahaan, dan kinerja perusahaan.
- 2) Analisis Korelasi: Pertama, dilakukan analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel CSR, GCG, citra perusahaan, dan kinerja perusahaan. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa CSR dan GCG memiliki korelasi positif dan signifikan dengan citra perusahaan. Selain itu, kinerja perusahaan juga memiliki korelasi positif dan signifikan dengan citra perusahaan.
- 3) Analisis Regresi: Selanjutnya, dilakukan analisis regresi untuk menguji pengaruh CSR dan GCG terhadap citra perusahaan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,386. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pelaksanaan CSR oleh PT Jhonlin Group, semakin baik citra perusahaan yang terbentuk di mata masyarakat. Selanjutnya, hasil analisis regresi juga menunjukkan bahwa GCG memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, dengan koefisien regresi sebesar 0,291. Ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan prinsip-prinsip GCG oleh PT Jhonlin Group, semakin baik pula citra perusahaan yang terbentuk di mata masyarakat.
- 4) Analisis Jalur (Path Analysis): Untuk menguji peran kinerja perusahaan sebagai variabel intervening, dilakukan analisis jalur (path analysis). Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, dengan koefisien jalur sebesar 0,528. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memiliki peran penting dalam membentuk citra perusahaan yang

baik di mata masyarakat. Selain itu, hasil analisis jalur juga menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memediasi hubungan antara CSR dan citra perusahaan, serta antara GCG dan citra perusahaan. Ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan menjadi faktor yang menghubungkan antara praktik CSR dan GCG dengan citra perusahaan. Dengan kata lain, pelaksanaan CSR dan penerapan GCG yang baik akan meningkatkan kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan membentuk citra perusahaan yang positif di mata masyarakat.

- 5) Pembahasan Hasil Penelitian: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan GCG memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Praktik CSR dan penerapan prinsip-prinsip GCG yang baik oleh PT Jhonlin Group di Batulicin memberikan kontribusi dalam membangun citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Selain itu, kinerja perusahaan juga memiliki peran penting sebagai variabel intervening dalam hubungan antara CSR, GCG, dan citra perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik akan membantu dalam membentuk citra perusahaan yang positif.

Pembahasan hasil penelitian ini juga mengindikasikan pentingnya PT Jhonlin Group untuk terus meningkatkan praktik CSR dan penerapan GCG yang baik sebagai bagian dari strategi perusahaan. Dengan meningkatkan kinerja perusahaan melalui praktik CSR dan GCG yang baik, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan memperkuat citra perusahaan di pasar.

Namun, perlu diingat bahwa penelitian ini memiliki batasan tertentu. Penelitian dilakukan dengan menggunakan data dari PT Jhonlin Group di Batulicin, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada perusahaan lain atau konteks yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga tidak mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, seperti komunikasi perusahaan, inovasi produk, dan kepuasan pelanggan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan penting mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap citra perusahaan dengan kinerja sebagai variabel intervening pada PT Jhonlin Group di Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan di Batulicin. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil: Pengaruh CSR terhadap Citra Perusahaan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR oleh PT Jhonlin Group memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan CSR yang melibatkan aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi dapat membentuk persepsi positif dan citra yang baik di mata masyarakat. Pengaruh GCG terhadap Citra Perusahaan: Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip GCG oleh PT Jhonlin Group memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. Dengan menjalankan praktik GCG yang baik, perusahaan dapat membangun kepercayaan, transparansi, dan akuntabilitas, yang pada gilirannya meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Peran Kinerja Perusahaan sebagai Variabel Intervening: Kinerja perusahaan memainkan peran penting sebagai variabel intervening dalam hubungan antara CSR, GCG, dan citra perusahaan. Kinerja perusahaan yang baik, seperti pertumbuhan pendapatan, laba yang meningkat, dan tingkat pengembalian investasi yang baik, dapat meningkatkan citra perusahaan secara keseluruhan. Dengan kata lain, praktik CSR dan penerapan GCG yang baik akan membantu meningkatkan kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan membentuk citra perusahaan yang positif. Implikasi Praktis: Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi PT Jhonlin Group dan perusahaan lainnya. Perusahaan perlu memperhatikan pentingnya pelaksanaan CSR dan penerapan prinsip-prinsip GCG dalam strategi bisnis mereka. Praktik CSR dan GCG yang baik akan membantu membangun kepercayaan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan memperkuat citra perusahaan di mata masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya. Selain itu, perusahaan juga perlu terus memantau dan meningkatkan kinerja mereka sebagai faktor pendukung dalam membentuk citra perusahaan yang positif. Batasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa batasan. Pertama, penelitian ini dilakukan pada PT Jhonlin Group di Batulicin, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat langsung diterapkan pada perusahaan lain atau konteks yang berbeda. Kedua, penelitian ini fokus pada pengaruh CSR dan GCG terhadap citra perusahaan dengan mempertimbangkan kinerja sebagai variabel intervening. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, seperti komunikasi perusahaan, inovasi produk, dan kepuasan pelanggan, tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dalam rangka meningkatkan validitas penelitian di masa mendatang, disarankan untuk melibatkan sampel yang lebih besar dan melibatkan perusahaan dari berbagai sektor industri. Selain itu, penelitian mendatang juga dapat melibatkan variabel-variabel lain yang relevan untuk lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi citra perusahaan.

Referensi

1. Adiatma, Y. R. (2016). Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Pt Asahimas Flat Glass Tbk (Doctoral Dissertation, Stie Perbanas Surabaya).

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10441>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2. Ardianto, Elvinaro. 2011. *Public Relations Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Pratama Media.
3. Ariyani, R. D., & Gunawan, J. (2014). Pengaruh Pengungkapan Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 1(2), 181-198.
4. Astuti, D., & Amir, M. (2014). Hubungan Antara Persepsi Terhadap Insentif Dengan Sikap Kerja (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
5. Bajra, B., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). Analisis Pengaruh Csr (Corporate Social Responsibility) Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Masyarakat Sekitar Pt. Adaro Indonesia Di Kalimantan Selatan) (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).
6. Deegan, C. & Unerman, J. (2006). *Financial Accounting Theory* European Edition. Berkshire, United Kingdom: Mcgraw-Hill Education (Uk) Limited.
7. Dehotman, K. (2016). Pengaruh Pendidikan Terhadap Kinerja Karyawan Baitul Mal Wat-Tamwil Di Provinsi Riau. *Jebi (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1(2), 217-234.
8. Faqihuddin, A. (2019). Tatakelola Syariah Pada Bank Syariah. *El-Arbah: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Perbankan Syariah*, 3(01), 19-34.
9. Fatih, H. M., & Iskandar, D. (2025). Pengaruh Beban Kerja, Lingkungan Kerja, Stres Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Perumahan Rakyat dan Kawasan Permukiman Kota Banjarmasin. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 31-39.
10. Gunawan Widjaja, Dan Yeremia A.P. (2008), *Resiko Hukum Dan Bisnis Perusahaan Tanpa Csr*, Forum Sahabat: Jakarta.
11. Hasibuan, S.P Melayu 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi.
12. Ikhsan, A. (2016). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Non Dosen Pada Universitas Mercu Buana Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 97055.
13. Imron, G. S., Hidayat, R., & Alliyah, S. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Potensio*, 18(02).
14. Iqbal, M., & Putra, R. J. P. J. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Perencanaan Pajak Sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi*, 21(1).
15. Kaihatu, T. S. (2006). Good Corporate Governance Dan Penerapannya Di IndoNesia. *Jurnal Manajemen Dan KewiraUsahaan*, 8(1), 1-9.
16. Kartiko, G. (2016). Analisis Yuridis Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Terhadap Penerapan Prinsip Good Corporate Governance Pada Perseroan Terbatas. In *Prosiding Industrial Research Workshop And National Seminar* (Vol. 7, Pp. 92-103).
17. Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh corporate social responbility (csr) dan good corporate governance (gcg) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 17(1), 14-28.
18. Liana, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Pengungkapan Sustainability Report. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 199-208.
19. Manullang, H. (2020). *Pertanggungjawaban Pidana Korporasi*.
20. Patmawati, P. (2017). Pengaruhcorporate Social Responsibility Disclosure dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 46-58.
21. Priatna, H. (2016). Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Rasio Profitabilitas. *Akurat| Jurnal Ilmiah Akuntansi Fe Unibba*, 7(2), 44-53.
22. Primadani, N. (2019). Efek Gaya Kepemimpinan Karismatik Dan Motivasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Pt Papan Jaya Kabupaten Lumajang).
23. Pujana, G. A. W. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014) (Doctoral Dissertation, Universitas Airlangga).
24. Purba, R. P., & Ibrahim, M. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasuspt. Bintang Utara Perwakilan Dolok Sanggul) (Doctoral Dissertation, Riau University).
25. Risa, Y., & Marwenny, E. (2018). Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pt. Tirta Investama Danone Aqua Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Kanagarian Batang Barus Kayu Aro Kabupaten Solok. *Jch (Jurnal Cendekia Hukum)*, 4(1), 88-105.
26. Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 31(2), 10-25.
27. Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*. Deepublish.
28. Setiono, B. A. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi, Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Pelindo Iii Surabaya. *Jurnal Aplikasi Pelayanan Dan Kepelabuhanan*, 6(2), 128-146.
29. Subagiyo, R., Budiman, A., & Timur, J. M. S. (2019). Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 5(2), 280-295.
30. Trinanda, Dan Mukodim D., 2010, *Effect Of Application Of Corporate Govenance On The Financial Performance Of Banking Sector Companies*.
31. Wibisono Y. 2007. *Membedah Konsep Dan Aplikasi Csr (Corporate Social Responsibility)*. Gresik (Id): Fascho Publishing.
32. Zulkarnaen, W., Fitriani, I. D., & Widia, R. (2018). The Influence Of Work Motivation To Work Achievement Of Employees In Pt. Alva Karya Perkasa Bandung. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(1), 42-62.---