

# IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PERGURUAN TINGGI DAN IMPLIKASINYA PADA INTAKE PERGURUAN TINGGI SWASTA DI BALI

Putu Novia Hapsari Ardianti<sup>1</sup>

Ni Luh Putu Sandrya Dewi<sup>2</sup>

(Universitas Mahasaraswati Denpasar)

<sup>1</sup>hapsariardianti@gmail.com

## Abstract

*The concept of implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) has been applied to the company, although actually every organization, not to mention the college must have social responsibility to the community and environment. For college, the form of social responsibility is formally implicit in Tridharma Perguruan Tinggi in the community. Implementation of wide social responsibility of universities covering the environment, society, business / industry, local government. The main problem in this research is: whether the implementation of CSR affect the Intake of Private Higher Education in Bali.*

*Population in this research is university private that exist in Bali which amounted to 3 universities spread in Denpasar, Badung, and Tabanan. Analysis technique used is logistic regression. Based on the results of the analysis shows that CSR has a positive effect on the Intake of Higher Education. This means that the activity of CSR of Higher Education becomes a separate consideration by the community in choosing a university. The higher the intensity of CSR conducted by universities, the public views that universities have awareness of the community in implementing science and technology so that people will choose the college.*

**Keywords:** CSR, Higher Education, Intake

## I. PENDAHULUAN

### 1.1.1 Latar Belakang

Konsep penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selama ini diterapkan pada perusahaan, meskipun sebenarnya setiap organisasi, tidak terkecuali perguruan tinggi harus memiliki tanggung jawab social kepada masyarakat dan lingkungan. Menurut Rowe dan Mason (2010), keterkaitan CSR sebuah perusahaan yang *profit oriented* dengan perguruan tinggi yang pada hakikatnya bukan semata-mata mencari keuntungan tetapi berkontribusi di dalam membentuk sumber daya manusia yang berkualitas adalah sebuah organisasi mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan social dan lingkungan alam. Lebih lanjut disebutkan bahwa organisasi mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan social dan alam karena organisasi (baik *profit oriented*, *semi profit oriented* dan *social oriented*) merupakan sebuah *legal entity*. Sebagai sebuah *legal entity*, maka dapat mengotorisasikan kelompok manusia yang berkumpul di dalamnya untuk bertindak ke dalam dan keluar. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Hadiwijaya (2013) yang mengatakan bahwa pada hakekatnya setiap orang, kelompok orang dan organisasi mempunyai tanggung jawab social dan lingkungan. Lebih lanjut dikatakan

bahwatanggung jawab social dan lingkungan adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan social berdasarkan aturan nilai dan kebutuhan masyarakat. Dua pendapat diatas secara implisit mengatakan bahwa perguruan tinggi sebagai sebuah *legal entity* mempunyai tanggung jawab social dan lingkungan.

Bagi perguruan tinggi, bentuk tanggung jawab social secara formal tersirat dalam Tridharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian pada masyarakat. Implementasi tanggung jawab social perguruan tinggi cakupannya luas yang meliputi lingkungan, masyarakat, dunia usaha/industri, pemerintah daerah. Menurut Sutisna (2011) selain sebagai sebuah kewajiban melaksanakan tanggung jawab social dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat, maka citra sebuah perguruan tinggi sesungguhnya juga dapat dibangun melalui berbagai macam kegiatan yang bermanfaat. Berbagai kegiatan yang dilakukan itulah yang nantinya akan dipersepsikan oleh masyarakat. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perguruan tinggi, merujuk pada Gronross yang dikutip Sutisna (2011) haruslah berorientasi pada manfaat yang telah diberikan atau diterima, dan sebagaimana diinginkan oleh kelompok khalayak sasaran, manfaat yang ditampilkan melalui kualitas pelayanan yang baik dan

mengesankan. Citra yang baik tersebut di representasikan berdasarkan kemampuan perusahaan /perguruan tinggi, kebanggaan, nilai-nilai kepercayaan, kejujuran dan mudah dimengerti oleh publik sebagai khalayak sasaran. Citra yang baik muncul akibat dari penilaian atau tanggapan public terhadap berbagai aktivitas, empati, prestasi dan reputasi perguruan tinggi selama melakukan berbagai kegiatan.

Citra yang terbentuk melalui aktivitas CSR (pengabdian masyarakat) tentunya diharapkan berimplikasi pada minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikannya pada perguruan tinggi yang bersangkutan, karena lewat aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan perguruan tinggi akan mencerminkan seperti apa komitmen sebuah perguruan tinggi dalam membentuk sumber daya yang berkualitas dan memiliki kepedulian yang tinggi kepada lingkungan sekitarnya.

### 1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan uraian motivasi penelitian diatas, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah:

- 1) Apakah kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perguruan tinggi swasta di Bali berpengaruh terhadap *Intake* Perguruan Tinggi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian ini adalah

- 1) Untuk mengetahui apakah kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perguruan tinggi swasta di Bali berpengaruh terhadap *Intake* Perguruan Tinggi

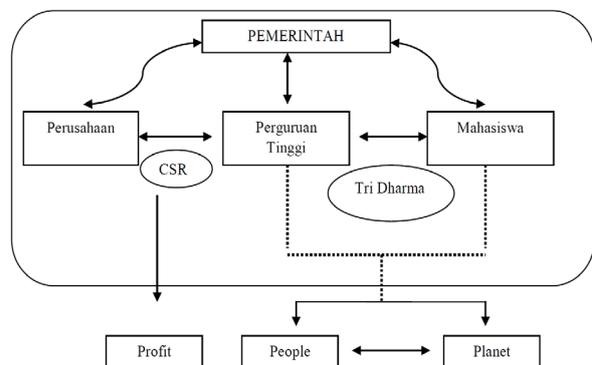
## II. TINJAUAN PUSTAKA

Perguruan tinggi merupakan sebuah *legal entity*, memiliki tanggung jawab sosial baik ke dalam maupun ke luar. Pada Hakekatnya bahwa setiap orang, kelompok orang dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Atas dasar pemikiran tersebut, maka apa yang disampaikan oleh Suhayati (2012) menjadi lebih *legitimate* yaitu bahwa perguruan tinggi sebagai mitra dalam pelaksanaan.

Dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, penelitian dan pengembangan merupakan daya dukung dalam pengelolaan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial yang ada, sehingga terciptalah pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk CSR Perguruan

Tinggi di Indonesia. Dalam pengaplikasiannya dapat dijelaskan dengan bagan berikut ini:

**Gambar 2.1**  
**Pola Hubungan Corporate Social Responsibility**



Piramida CSR yang dikembangkan oleh Archie B. Carrol (dalam Tanudjaya, 2006) seperti pada gambar 2.1 di atas harus bisa dipahami sebagai satu kesatuan, sebab CSR merupakan kepedulian perusahaan yang didasarkan tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple botton lines* yaitu *profit*, *people*, dan *planet* yaitu:

- 1) *Profit* merupakan perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People* merupakan perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia, salah satunya mengembangkan program CSR.
- 3) *Planet* merupakan perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlangsungan keragaman hayati.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* akan dapat berjalan dengan baik apabila ada program kemitraan antara pemerintah, korporat, dan masyarakat. Perguruan tinggi sebagai mitra dalam pelaksanaan CSR dapat memposisikan diri untuk:

1. Membantu korporat untuk menyusun dan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* sesuai dengan *core businessnya*
2. Membantu pemerintah untuk menyusun draft audit *Corporate Social Responsibility*
3. Membantu pemerintah dalam hal merumuskan draft kebijakan insentif pajak, sertifikasi atau labeling bagi korporat yang telah melaksanakan *Corporate Social Responsibility*
4. Memberikan pelatihan bagi auditor *Corporate Social Responsibility*

5. Memasukkan *Corporate Social Responsibility* dalam kurikulum program studi
  6. Mencarikan beasiswa dari korporat bagi mahasiswa yang kurang mampu tetapi berprestasi
  7. Mengadakan seminar-seminar tentang *Corporate Social Responsibility*
  8. Sumber data atau informasi bagi mahasiswa S1, S2, S3 yang akan melakukan penelitian tentang *Corporate Social Responsibility*.
  9. Membina pengusaha kecil / UKM
  10. Melalui pelatihan-pelatihan (penyusunan laporan keuangan, konsultasi perpajakan, manajemen keuangan)
  11. Membantu desa binaan melalui bantuan manajemen untuk pengelolaan koperasi
  12. Berpartisipasi dalam menjaga kelestarian lingkungan antara lain melalui penghijauan kampus, kebersihan kali/sungai sekitar kampus, larangan merokok di sekitar kampus
  13. Pengolahan sampah, pengurangan penggunaan kantong plastik
  14. Secara berkala mengadakan pengobatan dan pengecekan kesehatan gratis
  15. Memberikan konsultasi hukum
  16. Membantu masyarakat miskin dalam membuat MCK, pompa air dll
- Indikator dalam mengukur implementasi *Corporate Social Responsibility* menurut Kartini (2009) yang sebaiknya digunakan meliputi:
- 1) Leadership
    - a. Program CSR dapat dikatakan berhasil jika mendapat dukungan dari top manajemen perusahaan
    - b. Terdapat kesadaran filantropik dari pimpinan yang menjadi dasar pelaksanaan program.
  - 2) Proporsi Bantuan  
CSR dirancang bukan semata-mata pada kisaran anggaran saja, melainkan juga pada tingkatan serapan maksimal, artinya apabila areanya luas, maka anggarannya harus lebih besar. Jadi tidak dapat dijadikan tolak ukur apabila anggaran besar pasti menghasilkan program yang bagus.
  - 3) Transparansi dan akuntabilitas
    - a. Terdapat laporan tahunan
    - b. Mendapatkan mekanisme audit social dan financial dimana audit sosial terkait dengan pengujian sejauh mana program – program CSR telah dapat ditunjukkan secara benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat, perusahaan mendapatkan umpan-umpan balik dari masyarakat secara benar dengan

melakukan interview dengan penerima manfaat.

#### 4) Cakupan wilayah

Terdapat identifikasi penerima manfaat secara tertib dan rasional berdasarkan skala prioritas yang telah ditentukan

#### 5) Perencanaan dan Mekanisme Monitoring dan Evaluasi

a. Dalam perencanaan perlu ada jaminan untuk melibatkan multi-stakeholder pada setiap siklus pelaksanaan proyek.

b. Terdapat kesadaran untuk memperhatikan aspek-aspek lokalitas, pada saat perencanaan ada kontribusi, pemahaman, dan penerimaan terhadap budaya-budaya lokal yang ada.

c. Terdapat *blue print polity* yang menjadi dasar pelaksanaan program.

#### 6) Pelibatan Stakeholder

a. Terdapat mekanisme koordinasi regular dengan *stakeholders*, utamanya masyarakat.

b. Terdapat mekanisme yang menjamin partisipasi masyarakat untuk dapat terlibat dalam siklus proyek

#### 7) Keberlanjutan

a. Terjadi alih peran dari corporate ke masyarakat

b. Tumbuhnya rasa memiliki (*sense of belonging*) program dan hasil program pada diri masyarakat, sehingga masyarakat dapat ikut andil dalam menjaga dan memelihara program yang baik.

c. Adanya pilihan partner program yang bisa menjamin bahwa tanpa keikutsertaan perusahaan, program bisa tetap dijalankan sampai selesai dengan partner tersebut.

#### 8) Hasil nyata

a. Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (dalam bidang kesehatan), atau berkurangnya angka buta huruf dan meningkatnya SDM (dalam bidang pendidikan), atau parameter lainnya sesuai dengan bidang CSR yang dipilih perusahaan.

b. Terjadi perubahan pola pikir masyarakat

c. Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis

d. Terjadi penguatan komunitas

## 2.2 Konsep Intake

Kata *intake* menurut Hornby A.S (2005) dalam *Oxford Advance Learner's Dictionary* berarti *a number of people entering an institute etc during a particular period* (sekelompok orang yang masuk ke dalam suatu instansi dalam kurun waktu tertentu). Dari definisi ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *intake* dalam penelitian ini adalah jumlah mahasiswa baru yang masuk ke perguruan tinggi dalam

tahun akademik tertentu. Sedangkan untuk mengetahui peningkatan *intake* akan dilihat dari banyaknya jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi ulang pada perguruan tinggi tersebut dalam tahun akademik tertentu.

### 2.3 Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian yang terkait dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu:

- 1) Subagio (2014) dengan judul Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perguruan Tinggi dan Dampaknya terhadap Citra Kampus di Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Campus Social Responsibility* di Universitas PGRI Kediri mampu meningkatkan citra kampus dan perekonomian masyarakat, khususnya disepertaran kampus dan di kota Kediri pada umumnya
- 2) Wijaya (2014) dengan judul Penyusunan Model Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Perguruan Tinggi Kota Salatiga dalam Upaya Meningkatkan *Intake* Perguruan Tinggi. Kesimpulan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua perguruan tinggi di Kota Salatiga telah melaksanakan program CSRnya ke target sasaran. Dalam pelaksanaannya, perguruan tinggi melibatkan pengajar, mahasiswa serta alumni dari pengguna perguruan tinggi.
- 3) Fitriani (2012) dengan judul Pengaruh Kegiatan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap citra perusahaan.

### 2.4 Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Implementasi penerapan *corporate social responsibility* pada perguruan tinggi dilakukan melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat. Tentunya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh perguruan tinggi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan mulai dari melakukan kegiatan pelestarian terhadap lingkungan sekitarnya, peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui penyuluhan dan pendampingan, melakukan pembinaan terhadap UMKM dan bekerjasama dengan instansi lain baik swasta atau pemerintah didalam meningkatkan kontribusi kepada masyarakat. Berbagai bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih

jelas, seberapa besar peran atau kontribusi sebuah perguruan tinggi dalam hubungannya terhadap tanggungjawab kepada lingkungan dan sumber daya manusia di sekitarnya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan citra perguruan tinggi di hadapan masyarakat sehingga diharapkan dapat mempercayakan pendidikan putra-putrinya di perguruan tinggi yang dipercaya.

Berdasarkan pemaparan, motivasi penelitian, penelitian sebelumnya dan kerangka pemikiran penelitian ini, maka berikut desain model penelitian seperti pada gambar 2.2 berikut ini.

**Gambar 2.2**  
**Model Penelitian**



Hipotesis yang dibangun berdasarkan pemaparan secara konseptual dan kerangka berpikir yaitu:

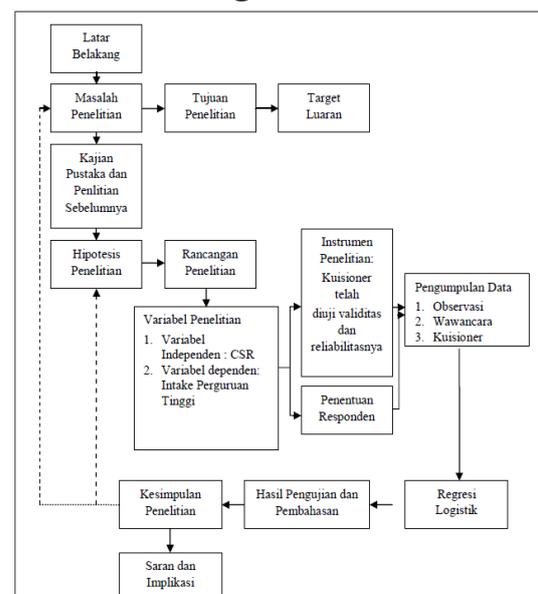
H1 :Implementasi CSR berpengaruh terhadap citra perguruan tinggi

## III. METODE PENELITIAN

### 3.1. Rancangan Penelitian

Adapun rancangan penelitian dapat digambarkan dalam suatu desain rancangan penelitian seperti pada Gambar 3.1 berikut ini:

**Gambar 3.1**  
**Rancangan Penelitian**



### 3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah pada perguruan tinggi swasta yang ada di Bali yang terdapat di wilayah Denpasar, Badung,

dan Tabanan.

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen yaitu implementasi CSR dan variabel dependen yaitu *Intake* Perguruan Tinggi. Pengukuran masing-masing variabel dijabarkan pada tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Implementasi CSR	Transparansi Akuntabilitas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laporan pelaksanaan &amp; Sesuai dengan kebutuhan masyarakat</li> <li>• Mendapatkan umpan balik masyarakat</li> </ul>	Skala Likert
	Cakupan Wilayah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelaksanaan sesuai dengan pemetaan wilayah</li> <li>• Menjangkau wilayah yang membutuhkan</li> </ul>	
	Perencanaan Mekanisme Monitoring	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perencanaan secara matang</li> <li>• Monitoring secara berkala selama program berjalan</li> </ul>	
	Pelibatan Stakeholder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keterlibatan pengguna</li> <li>• Keterlibatan Alumni</li> <li>• Keterlibatan masyarakat</li> </ul>	
	Keberlanjutan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program secara kontiniu</li> <li>• Masyarakat ikut menjaga program pelaksanaan</li> </ul>	
	Hasil Nyata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perubahan pola pikir masyarakat</li> <li>• Perubahan ekonomi masyarakat</li> <li>• Penguatan Komunitas</li> </ul>	
<i>Intake</i> Perguruan Tinggi	Peningkatan jumlah mahasiswa baru	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatnya mahasiswa baru 2 semester terakhir</li> </ul>	Kategori: 1 = meningkat dan 0 = tidak meningkat

### 3.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah seluruh program studi di perguruan tinggi swasta yang ada di Bali yang berjumlah 3 perguruan tinggi yang tersebar di kota Denpasar, Badung, Tabanan. Tabel 3.2 berikut ini daftar perguruan tinggi swasta di Bali.

**Tabel 3.2**  
**Daftar Perguruan Tinggi Swasta di Bali**

No	Nama Perguruan Tinggi	Alamat	Jumlah Program studi
1	Universitas Mahasaraswati Denpasar	Jl Kamboja 11 A Denpasar	12
2	Universitas Tabanan	Jl Wagimin No 8 Kediri Tabanna	4
3	Universitas Dhyana Pura	Br. Tegaljaya Dalung Badung	14
<b>Jumlah Program studi aktif</b>			<b>30</b>

Sumber: Forlap PD Dikti

Metode penentuan sampel untuk Perguruan Tinggi adalah dengan menggunakan sampel jenuh yaitu sebanyak 3 Universitas dengan jumlah program studi sebanyak 30.

Jadi yang dijadikan responden adalah setiap ketua program studi karena setiap program studi memiliki program aktivitas sosial atau pengabdian masyarakat.

### 3.5. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Logistik. Tahapan dalam pengujian dengan menggunakan uji regresi logistik dapat dijelaskan sebagai berikut (Ghozali, 2016:255):

- Menilai kelayakan model regresi  
Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan Uji *Hosmer* dan *Lemeshow*, Uji *Hosmer* dan *Lemeshow* menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model. Jika nilai statistik Uji *Hosmer* dan *Lemeshow* lebih besar daripada 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.
- Menilai keseluruhan model (*overall model fit*)  
Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai antara  $-2 \text{ Log Likelihood} (-2LL)$  pada awal (*Block Number* = 0) dengan nilai  $-2 \text{ Log Likelihood} (-2LL)$  pada akhir (*Block Number* = 1). Apabila terdapat penurunan nilai *likelihood* ( $-2LL$ ), ini menunjukkan model regresi yang baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data.
- Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R square*)  
Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan dengan nilai *Nagelkerke R square*. Nilai *Nagelkerke R square* menunjukkan variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.
- Matriks Klasifikasi  
Matriks klasifikasi menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan terjadinya variabel terikat. Kekuatan prediksi dari model regresi untuk memprediksi kemungkinan terjadinya variabel terikat dinyatakan dalam persen.
- Model Regresi Logistik yang Terbentuk  
Model regresi logistik yang terbentuk menghasilkan nilai koefisien regresi dan signifikansi. Koefisien regresi

dari tiap variabel-variabel yang diuji menunjukkan bentuk hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi (sig) dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ). Apabila  $\text{sig} \leq \alpha$  maka dapat dikatakan variabel bebas berpengaruh signifikan pada variabel terikat.

Persamaan model regresi logistik yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\text{Ln} \frac{\text{Intake}}{1-\text{Intake}} = 66,187 + 1,110 \text{ CSR}$$

Keterangan:

Intake = *Intake* perguruan Tinggi

$\alpha$  = konstanta

CSR = *Coorporate Social responsibility*

$\varepsilon$  = error term

#### IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Uji Instrumen

###### 4.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:53), Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *pearson correlation*, yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total tersebut positif dan besarnya 0,30 keatas maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Hasil Uji validitas ditampilkan pada Tabel 4.1 berikut ini

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas**

Variabel	Pertanyaan	Nilai Pearson Correlation	Kesimpulan
CSR	CSR1	0,764	valid
	CSR2	0,693	valid
	CSR3	0,573	valid
	CSR4	0,772	valid
	CSR5	0,818	valid
	CSR6	0,818	valid
	CSR7	0,695	valid
	CSR8	0,693	valid
	CSR9	0,778	valid
	CSR10	0,798	valid
	CSR11	0,661	valid
	CSR12	0,673	valid
	CSR13	0,774	valid
	CSR14	0,774	valid
	CSR15	0,774	valid

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan hasil analisis validitas pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa nilai pearson correlation semua indicator lebih besar dari 0,3 sehingga dapat disimpulkan

bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel CSR adalah valid.

##### 4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016:47). Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Hasil Uji Reliabilitas ditampilkan pada Tabel 4.2 berikut ini

**Tabel 4.2**  
**Uji Reliabilitas**

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	15

Sumber: Lampiran 1

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,938 lebih besar dari 0,7 sehingga memenuhi unsur reliabilitas.

#### 4.2 Regresi Logistik

##### 1. Menilai kelayakan model regresi

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan Uji *Hosmer* dan *Lemeshow*, Uji *Hosmer* dan *Lemeshow* menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model. Jika nilai statistik Uji *Hosmer* dan *Lemeshow* lebih besar daripada 0,05 maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya. Tabel 4.3 berikut ini hasil pengujian Uji *Hosmer* dan *Lemeshow*

**Tabel 4.3**  
**Uji Hosmer dan Lemeshow**

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3,291	4	.510

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa signifikansi uji *Hosmer* dan *Lameshow* sebesar 0,510 sehingga dapat disimpulkan bahwa model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

## 2. Menilai keseluruhan model (*overall model fit*)

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai antara -2 Log Likelihood (-2LL) pada awal (*Block Number* = 0) dengan nilai -2 Log Likelihood (-2LL) pada akhir (*Block Number* = 1). Apabila terdapat penurunan nilai likelihood (-2LL), ini menunjukkan model regresi yang baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data. Tabel 4.4 berikut merupakan perbandingan nilai -2 Log Likelihood.

**Tabel 4.4**  
**Nilai Log Likelihood**

Step	-2 Log Likelihood.
0: Beginning	32.596
1: Method	22.487

Sumber: lampiran 2

Berdasarkan nilai -2 Log Likelihood pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai -2 Log Likelihood sebelum (step 0) lebih besar dari nilai -2 Log Likelihood setelah (step 1) sehingga model yang dihipotesiskan fit dengan data.

## 3. Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R square*)

Besarnya nilai koefisien determinasi pada model regresi logistik ditunjukkan dengan nilai *Nagelkerke R square*. Nilai *Nagelkerke R square* menunjukkan variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Tabel 4.5 berikut merupakan nilai *Nagelkerke R square*

**Tabel 4.5**  
**Nagelkerke R square**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	22.487 <sup>a</sup>	.286	.432

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.5 nilai *Nagelkerke R square* sebesar 0,432 yang berarti bahwa variasi naik turunnya nilai *intake* perguruan tinggi, 43,2 % dipengaruhi oleh aktivitas CSR perguruan tinggi dan sisanya 56,8 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

**4. Model Regresi Logistik yang Terbentuk**  
Model regresi logistik yang terbentuk menghasilkan nilai koefisien regresi dan signifikansi. Koefisien regresi dari tiap variabel-variabel yang diuji menunjukkan bentuk hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan antara

nilai signifikansi (sig) dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ). Apabila  $\text{sig} \leq \alpha$  maka dapat dikatakan variabel bebas berpengaruh signifikan pada variabel terikat. Tabel 4.6 berikut ini untuk uji t dan persamaan regresi logistic.

**Tabel 4.6**  
**Variables in the Equation**

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	CSR	1.110	.516	4.621	1	.032	0.330
	Constant	66.187	30.547	4.695	1	.030	5.555E28

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.6 maka persamaan model regresi logistik yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\text{Ln} \frac{\text{Intake}}{1-\text{Intake}} = 66,187 + 1,110 \text{ CSR}$$

Keterangan:

Intake = *Intake* perguruan Tinggi

$\alpha$  = konstanta

CSR = *Coorporate Social responsibility*

Uji hipotesis atau uji t menunjukkan bahwa signifikansi sebesar 0,032 yang berarti bahwa Hipotesis diterima dimana CSR berpengaruh terhadap *Intake* Perguruan Tinggi. Tanda koefisien adalah positif sehingga CSR berpengaruh positif terhadap *Intake* Perguruan Tinggi.

## 4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *Intake* Perguruan Tinggi. Ini berarti bahwa aktivitas CSR Perguruan Tinggi menjadi pertimbangan tersendiri oleh masyarakat dalam memilih perguruan tinggi. Semakin tinggi intensitas CSR yang dilakukan oleh perguruan tinggi, masyarakat memandang bahwa perguruan tinggi memiliki kepedulian terhadap masyarakat dalam mengimplementasikan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga masyarakat akan memilih perguruan tinggi tersebut.

Aktivitas CSR oleh perguruan tinggi bisa dalam berbagai bentuk kegiatan, baik yang dilakukan oleh universitas, Fakultas, Program Studi ataupun oleh dosen bersama-sama dengan mahasiswa, sehingga diharapkan civitas akademika ikut berkontribusi didalam memajukan masyarakat dalam bidang iptek.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah aktivitas CSR perguruan tinggi mampu

meningkatkan *intake* perguruan tinggi. Jadi, semakin tinggi intensitas perguruan tinggi melakukan aktivitas CSR baik tingkat universitas, Fakultas, Program Studi ataupun dosen dengan melibatkan mahasiswa, maka masyarakat akan merasa bahwa perguruan tinggi yang bersangkutan memiliki kepedulian terhadap masyarakat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi.

## 5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dibahas, maka beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

- 1) Perguruan tinggi diharapkan secara konsisten melaksanakan CSR baik tingkat universitas, Fakultas, Program Studi ataupun dosen dengan melibatkan mahasiswa, karena masyarakat sangat memperhatikan hal ini.
- 2) Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan perguruan tinggi, tidak hanya universitas saja tetapi juga sekolah tinggi, akademi, dan juga universitas negeri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan, *Skripsi*, Universitas Indonesia.
- Ghozali, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiwijaya, 2013. *Campus Social Responsibility (CSR) Universitas Brawijaya*, Diskusi Kampus-CSR dan Kampus, 22 Desember 2013
- Horby A S. 2005. *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. Oxford: Oxford University Press, Fifth edition.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasinya di Indonesia*, Bandung: PT Refika Aditama
- Rowe Alan, Richard Omason. Karl E Dickel, Richard B Mann dan Robert J. Mockler. 2010. *Strategic Management: A Methodological Approach*. USA. Addison Wesley Publishing Company
- Subagyo, 2014. Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perguruan Tinggi dan Dampaknya Terhadap Citra Kampus di Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Nusantara of Research*.
- Suhayati Elly, 2012. Penerapan Social Responsibility untuk meningkatkan Citra Universitas, *Majalah Ilmiah Unicom* Vol. 7 No.2 Hal 157-166
- Sutrisna, Prawita Teddy. 2011. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung. PT Rosdakarya.
- Tanudjaya, BB. 2006, Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, *Jurnal Nirmala*, Vol. 8, No 2 July 2006: 92-98

## Lampiran

### Correlations

		Correlations															
		CSR1	CSR2	CSR3	CSR4	CSR5	CSR6	CSR7	CSR8	CSR9	CSR10	CSR11	CSR12	CSR13	CSR14	CSR15	CSR
CSR1	Pearson Correlation	1	.526**	.420*	.618**	.676**	.676**	.463**	.383*	.514**	.569**	.420*	.420*	.593**	.593**	.593**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.003	.021	.000	.000	.000	.010	.037	.004	.001	.021	.021	.001	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR2	Pearson Correlation	.526**	1	.543**	.738**	.526**	.526**	.602**	.364*	.526**	.543**	.543**	.412*	.283	.283	.283	.693**
	Sig. (2-tailed)	.003		.002	.000	.003	.003	.000	.048	.003	.002	.002	.024	.130	.130	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR3	Pearson Correlation	.420*	.543**	1	.367*	.420*	.420*	.367*	.280	.420*	.457**	.321	.321	.209	.209	.209	.537**
	Sig. (2-tailed)	.021	.002		.046	.021	.021	.046	.134	.021	.011	.083	.083	.269	.269	.269	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR4	Pearson Correlation	.618**	.738**	.367*	1	.618**	.618**	.559**	.465**	.772**	.509**	.509**	.650**	.391*	.391*	.391*	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.046		.000	.000	.001	.010	.000	.004	.004	.000	.033	.033	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR5	Pearson Correlation	.676**	.526**	.420*	.618**	1	1.000**	.463**	.383*	.676**	.569**	.569**	.420*	.593**	.593**	.593**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.021	.000		.000	.010	.037	.000	.001	.001	.021	.001	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR6	Pearson Correlation	.676**	.526**	.420*	.618**	1.000**	1	.463**	.383*	.676**	.569**	.569**	.420*	.593**	.593**	.593**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.021	.000	.000		.010	.037	.000	.001	.001	.021	.001	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR7	Pearson Correlation	.463**	.602**	.367*	.559**	.463**	.463**	1	.465**	.463**	.509**	.650**	.509**	.391*	.391*	.391*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.046	.001	.010	.010		.010	.010	.004	.000	.004	.033	.033	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR8	Pearson Correlation	.383*	.364*	.280	.465**	.383*	.383*	.465**	1	.526**	.674**	.412*	.674**	.525**	.525**	.525**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.037	.048	.134	.010	.037	.037	.010		.003	.000	.024	.000	.003	.003	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR9	Pearson Correlation	.514**	.526**	.420*	.772**	.676**	.676**	.463**	.526**	1	.420*	.569**	.717**	.456*	.456*	.456*	.778**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.021	.000	.000	.000	.010	.003		.021	.001	.000	.011	.011	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR10	Pearson Correlation	.569**	.543**	.457**	.509**	.569**	.569**	.509**	.674**	.420*	1	.321	.457**	.709**	.709**	.709**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.011	.004	.001	.001	.004	.000	.021		.083	.011	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR11	Pearson Correlation	.420*	.543**	.321	.509**	.569**	.569**	.650**	.412*	.569**	.321	1	.457**	.334	.334	.334	.661**
	Sig. (2-tailed)	.021	.002	.083	.004	.001	.001	.000	.024	.001	.083		.011	.071	.071	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR12	Pearson Correlation	.420*	.412*	.321	.650**	.420*	.420*	.509**	.674**	.717**	.457**	.457**	1	.334	.334	.334	.673**
	Sig. (2-tailed)	.021	.024	.083	.000	.021	.021	.004	.000	.000	.011	.011		.071	.071	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR13	Pearson Correlation	.593**	.283	.209	.391*	.593**	.593**	.391*	.525**	.456*	.709**	.334	.334	1	1.000**	1.000**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.001	.130	.269	.033	.001	.001	.033	.003	.011	.000	.071	.071		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR14	Pearson Correlation	.593**	.283	.209	.391*	.593**	.593**	.391*	.525**	.456*	.709**	.334	.334	1.000**	1	1.000**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.001	.130	.269	.033	.001	.001	.033	.003	.011	.000	.071	.071	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR15	Pearson Correlation	.593**	.283	.209	.391*	.593**	.593**	.391*	.525**	.456*	.709**	.334	.334	1.000**	1.000**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.001	.130	.269	.033	.001	.001	.033	.003	.011	.000	.071	.071	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
CSR	Pearson Correlation	.764**	.693**	.537**	.772**	.818**	.818**	.695**	.693**	.778**	.798**	.661**	.673**	.774**	.774**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability**  
**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	15

**Lampiran**

**Logistic Regression**

**Case Processing Summary**

Unweighted Cases <sup>a</sup>		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	30	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	30	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		30	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

**Block 0: Beginning**

**Iteration History<sup>a,b,c</sup>**

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients	
			Constant	CSR
Step 0	1	32.679	1.067	
	2	32.596	1.186	
	3	32.596	1.190	
	4	32.596	1.190	

- a. Constant is included in the model.
- b. Initial -2 Log Likelihood: 32.596
- c. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than .001.

**Classification Table<sup>a,b</sup>**

		Predicted		Percentage Correct
		Intake		
Observed	0	0	7	.0
	1	0	23	100.0
Overall Percentage				76.7

- a. Constant is included in the model.
- b. The cut value is .500

**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0 Constant	1.190	.432	7.594	1	.006	3.286

**Block 1: Method =**

**Iteration History<sup>a,b,c,d</sup>**

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients	
			Constant	CSR
Step 1	1	26.560	20.378	-.336
	2	23.520	39.913	-.667
	3	22.605	56.611	-.949
	4	22.490	64.765	-1.086
	5	22.487	66.153	-1.109
	6	22.487	66.187	-1.110
	7	22.487	66.187	-1.110

- a. Method: Enter
- b. Constant is included in the model.
- c. Initial -2 Log Likelihood: 32.596
- d. Estimation terminated at iteration number 7 because parameter estimates changed by less than .001.

**Omnibus Tests of Model Coefficients**

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	10.109	1	.001
	Block	10.109	1	.001
	Model	10.109	1	.001

**Model Summary**

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	22.487 <sup>a</sup>	.286	.432

- a. Estimation terminated at iteration number 7 because parameter estimates changed by less than .001.

**Hosmer and Lemeshow Test**

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3.291	4	.510

**Classification Table<sup>a</sup>**

		Predicted		Percentage Correct
		Intake		
Observed	0	5	2	71.4
	1	2	21	91.3
Overall Percentage				86.7

- a. The cut value is .500

**Variables in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup> CSR	1.110	.516	4.621	1	.032	.330
Constant	66.187	30.547	4.695	1	.030	5.555E28

- a. Variable(s) entered on step 1: CSR.