

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR PT Perta Arun Gas Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan dan Kepuasan *Stakeholder*, di mana penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Ujong Blang, Blang Panyang, Padang Sakti, Blang Pulo, dan Desa Blang Mee (Peusangan). Alasan dilakukan penelitian pada masyarakat dari beberapa desa tersebut merasakan secara langsung dampak dari operasional PT Perta Arun Gas (PAG) di Kota Lhokseumawe. Semua variabel dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala *likert*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 390 masyarakat. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis jalur atau *path analysis* dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *WarpPLS* versi 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR PT Perta Arun Gas memiliki nilai *p*-value sebesar 0,001 dan nilai koefisien sebesar 0,829, yang menunjukkan bahwa strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan, kemudian (2) strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR PT Perta Arun Gas memiliki nilai *p*-value sebesar 0,001 dan nilai koefisien sebesar 0,201, yang menunjukkan bahwa strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *stakeholder*. Selanjutnya, (3) citra perusahaan memiliki nilai *p*-value sebesar 0,001 dan nilai koefisien sebesar 0,721, yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan *stakeholder*. Sementara itu, hasil analisis jalur atau *path analysis* diperoleh hasil bahwa (4) citra perusahaan berperan sebagai variabel mediasi memiliki nilai *p*-value sebesar 0,001 dan nilai koefisien sebesar 0,598, yang menunjukkan bahwa citra perusahaan memediasi pengaruh strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR PT Perta Arun Gas terhadap kepuasan *stakeholder*. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi energi kemandirian dalam pelaksanaan CSR PT Perta Arun Gas yang terdiri dari energi vokasi, energi sehat, energi maju, energi hayati, dan energi bakti tidak hanya mampu meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, tetapi juga secara langsung maupun tidak langsung dapat meningkatkan kepuasan *stakeholder*. Keberhasilan pelaksanaan strategi tersebut juga menunjukkan bahwa program CSR yang diarahkan pada beberapa aspek tersebut menciptakan persepsi positif terhadap perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan, penerimaan, dan kepuasan *stakeholder* secara keseluruhan.

Kata Kunci : Strategi Energi Kemandirian CSR, Citra Perusahaan, Kepuasan *Stakeholder*

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of energy self-reliance strategies in PT Perta Arun Gas's CSR implementation on enhancing the company's image and stakeholder satisfaction. The study was conducted among residents of the villages of Ujong Blang, Blang Panyang, Padang Sakti, Blang Pulo, and Blang Mee (Peusangan). The reason for conducting this study among the communities of these villages is that they directly experience the impact of PT Perta Arun Gas's (PAG) operations in Lhokseumawe. All variables in this study were measured using a Likert scale. This study employed a quantitative method, utilizing primary data obtained by distributing questionnaires to 390 community members. The data analysis technique used was path analysis, conducted with the assistance of WarpPLS software, version 7.0. The results of the study show that (1) the energy self-reliance strategy in PT Perta Arun Gas's CSR implementation has a p-value of 0.001 and a coefficient of 0.829, indicating that the energy self-reliance strategy in CSR implementation has a significant effect on corporate image, and (2) the energy self-reliance strategy in PT Perta Arun Gas's CSR implementation has a p-value of 0.001 and a coefficient of 0.201, indicating that the energy self-reliance strategy in CSR implementation has a significant effect on stakeholder satisfaction. Furthermore, (3) corporate image has a p-value of 0.001 and a coefficient of 0.721, indicating that corporate image has a significant effect on stakeholder satisfaction. Meanwhile, the results of the path analysis show that (4) corporate image, acting as a mediating variable, has a p-value of 0.001 and a coefficient of 0.598, indicating that corporate image mediates the effect of the energy self-reliance strategy in PT Perta Arun Gas's CSR implementation on stakeholder satisfaction. These findings indicate that PT Perta Arun Gas's energy independence strategy in its CSR implementation—comprising vocational energy, healthy energy, progressive energy, bioenergy, and community service energy—not only enhances the company's image in the eyes of the public but also directly and indirectly increases stakeholder satisfaction. The successful implementation of this strategy also demonstrates that CSR programs focused on these aspects create a positive perception of the company, thereby enhancing overall stakeholder trust, acceptance, and satisfaction.

Keywords : *Energy Independence Strategy of CSR, Corporate Image, Stakeholder Satisfaction.*