

ABSTRAK

Era globalisasi menuntut setiap perusahaan, organisasi, atau bahkan instansi baik yang milik pemerintah maupun non pemerintah untuk dapat bersaing agar dapat mengikuti perkembangan jaman dan tidak tertinggal. Perusahaan yang dalam perkembangannya terus maju dan berpikir tentang masa depan, maka perusahaan tersebut akan berkembang menjadi perusahaan yang sukses, baik internal maupun eksternal. Lima tahun terakhir di Indonesia, semakin banyak perusahaan melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan program yang berkelanjutan dan menyumbang pengembangan ekonomi sambil memperbaiki kualitas dari tenaga kerja dan keluarganya sebagaimana bagian dari komunitas lokal dan masyarakat yang besar.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh empat pilar *Green and Clean* berupa *building human capital*, *strengthening economies*, *assessing social cohesion*, dan *protecting the environment* baik secara simultan maupun parsial terhadap citra perusahaan Unilever sebagai perusahaan peduli lingkungan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan adalah masyarakat Surabaya yang mengetahui program CSR *Green and Clean* yang dilaksanakan PT Unilever Indonesia. Teknik pengambilan sampel berdasarkan pendapat Sudman dalam Aaker, sehingga jumlah sampel sebanyak 120 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini terdapat pengaruh secara bersama-sama empat pilar *Green and Clean* berupa membangun perilaku masyarakat, memberi nilai tambah ekonomis, pemererat kerukunan warga dan menjaga kelestarian lingkungan berpengaruh terhadap citra perusahaan Unilever sebagai perusahaan peduli lingkungan, setelah dilakukan pengujian teruji kebenarannya. Nilai dari koefisien determinasi dari hasil perhitungan sebesar 0,515. Hal ini berarti 51,5% perubahan variabel terikat citra perusahaan Unilever sebagai perusahaan peduli lingkungan mampu dijelaskan oleh empat pilar *Green and Clean* berupa membangun perilaku masyarakat, memberi nilai tambah ekonomis, pemererat kerukunan warga dan menjaga kelestarian lingkungan secara bersama-sama, sedangkan sisanya 48,5% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci: *Green and Clean* (membangun perilaku masyarakat, memberi nilai tambah ekonomis, pemererat kerukunan warga dan menjaga kelestarian lingkungan) dan citra perusahaan.

Globalization era requires every company, organization, or even good institutions that belong to the government and non government to be competitive in order to keep track and not left behind. Companies in the development furthermore think about the future, so will become a successful enterprise, both internally and externally. In the last five years much more companies in Indonesia implement corporate social responsibility (CSR). CSR is the company's commitment to run program and contribute to sustainable economic development while improving the quality of the workforce and their families as part of the local community and greater society.

Objectives to be achieved in this study was to determine the influence of the four pillars of Green and Clean in the form of building human capital, strengthening economies, Assessing social cohesion, and Protecting the environment either simultaneously or partially on the image of the company Unilever as an environmentally concerned company. Population in this research is Surabaya citizen. Sampling method used in this study was purposive, Sampling technique which using certain criteria in this research the criteria is community that knows Surabaya CSR Green and Clean that PT Unilever Indonesia implemented. Sampling technique based on the opinion of the Aaker Sudman, so the amount of a sample of 120 respondents. Analysis technique used is multiple linear regression.

The results of this study shown that the influence together the four pillars of Green and Clean is form by building society behavior, economic added value, strengthening citizen and maintain harmonious environment affect the Unilever company's image as environmentally concerned company, after testing the truth-tested. The value of the coefficient of determination from the calculation of 0.515. This means that 51.5% change bound variable Unilever corporate image as environmentally concerned company can be explained by the four pillars of Green and Clean in the form of building society behavior, economic added value, strengthening citizen and maintain harmonious environment together, while the remaining 48, 5% is explained by other variables.

Keywords: Green and Clean (building society behavior, economic added value, strengthening citizen and maintain harmonious environment) and corporate image.