

ABSTRAK

Sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam bentuk kepedulian dan tanggung jawab sosial bagi masyarakat dan alam serta kelestariannya, *The Body Shop* memiliki banyak program CSR yang telah dijalankan secara global. Selain bergerak di industri kosmetik, *The Body Shop* turut aktif dalam isu-isu sosial di seluruh dunia, sehingga perusahaan *The Body Shop* pun terkenal dengan penerapan *Corporate Social Responsibility*-nya. Salah satu program CSR *The Body Shop* yang diangkat dalam penelitian ini adalah *Bring Back Our Bottles* (BBOB). Program ini mengajak konsumen *The Body Shop* untuk mengembalikan kemasan kosong produk *The Body Shop* ke toko-toko terdekat untuk didaur ulang, kemudian hasil pengolahannya akan digunakan untuk pemberdayaan masyarakat.

Menurut teori John Elkington, dalam mempengaruhi citra perusahaan kegiatan CSR memiliki 3 dimensi yaitu *profit, people, planet*. Selain mengejar *profit*, perusahaan harus berkontribusi, memberi perhatian pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan terlibat aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) jika ingin menjadi perusahaan yang *sustainable*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) program *Bring Back Our Bottles* (BBOB) terhadap Citra Perusahaan *The Body Shop*. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan yang luas dari komunitas dan akan meningkatkan citra perusahaan dan dalam waktu yang panjang akan terakumulasi menjadi reputasi perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sampel diambil dengan menggunakan Teknik *non-probability sampling* berupa *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah masyarakat atau konsumen *The Body Shop* yang mengetahui program CSR *Bring Back Our Bottles* dengan sampel penelitian sebesar 100 responden yang diambil dari rumus *Cochran*. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan 4 nilai untuk menghindari *Error Central Tendency*.

Data dalam penelitian ini diambil melalui kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis uji t. Berdasarkan hasil uji statistik, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Bring Back Our Bottles* berpengaruh positif terhadap Citra Perusahaan *The Body Shop*. Selanjutnya, program CSR *Bring Back Our Bottles* memiliki kontribusi terhadap citra perusahaan *The Body Shop* sebesar 56,9% dan sisanya 43,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini. Saran dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas kegiatan CSR nya sehingga mampu berkontribusi meningkatkan citra perusahaan di masa yang akan datang.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Bring Back Our Bottles, Citra Perusahaan, The Body Shop.*