

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR)* DALAM MENINGKATKAN  
CITRA POSITIF PERUSAHAAN PADA PT PELABUHAN  
INDONESIA (PERSERO) REGIONAL BALI NUSA  
TENGGARA**



**Oleh  
Muhamad Aula Fityan Albab Fuad Arrifki  
NIM 1915713027**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

**IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY (CSR)* DALAM MENINGKATKAN  
CITRA POSITIF PERUSAHAAN PADA PT PELABUHAN  
INDONESIA (PERSERO) REGIONAL BALI NUSA  
TENGGARA**



**POLITEKNIK NEGERI BALI**

**Oleh  
Muhamad Aula Fityan Albab Fuad Arrifki  
NIM 1915713027**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI  
BADUNG  
2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Aula Fityan Albab Fuad Arrifki  
NIM : 1915713027  
Prodi/Jurusan : D3 Administrasi Bisnis / Administrasi Niaga

Dengan ini menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir saya dengan judul:

**IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN PADA PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) REGIONAL BALI NUSA TENGGARA**

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Tugas Akhir ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI BALI

Badung, 26 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Muhamad Aula Fityan Albab Fuad Arrifki  
NIM. 1915713027

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

1. Judul Tugas Akhir :  
IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN  
PADA PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) REGIONAL BALI  
NUSA TENGGARA
2. Penulis
  - a. Nama : Muhamad Aula Fityan Albab Fuad Arrifki
  - b. NIM : 1915713027
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Administrasi Bisnis

Badung, 29 Agustus 2022

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

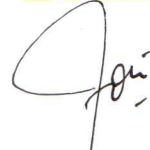
Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,



**I Made Sarjana, SE., MM**  
NIP. 196012311988111001



**Ni Putu Rita Sintadevi, S.Tr.Akt., M.Acc**  
NIP. 202111009

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN PADA PT PELABUHAN INDONESIA (PERSERO) REGIONAL BALI NUSA TENGGARA

Oleh:

MUHAMAD AULA FITYAN ALBAB FUAD ARRIFKI

1915713027

Disahkan Oleh:

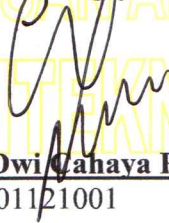
Ketua Penguji



**I Made Sarjana, SE., MM**

NIP. 196012311988111001

Penguji I



**Dr. phil. Kadek Dwi Cahaya Putra, S.Pd., M.Sc.**  
NIP. 197703052001121001

Penguji II



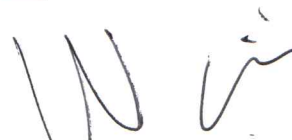
**Dra. Sagung Mas Suryaniadi, M.Si**  
NIP. 196409191989032002

Mengetahui,  
Jurusan Administrasi Niaga  
Ketua,



**Dr. I Ketut Santra, M.Si**  
NIP. 196710211992031002

Badung, 29 Agustus 2022  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Ketua,



**I Made Widiantera, S.Psi., M.Si.**  
NIP. 197902182003121002

## **PRAKATA**

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya karena telah memberikan kesempatan untuk diberikan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Adapun judul dari tugas akhir ini yaitu **“Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara”**.

Tujuan penulisan ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan perkuliahan serta untuk memperoleh Ijazah Diploma III, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.

Tugas akhir ini merupakan hasil dari penelitian dan praktik kerja lapangan yang dilaksanakan pada tanggal 31 Januari 2022 sampai 29 April 2022 di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara. Keberhasilan penulis menyelesaikan tugas akhir ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta arahan berbagai pihak yang sangat berjasa bagi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M. eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali

2. Bapak Dr. Drs. I Ketut Santra, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali
3. Bapak I Made Widiantera, S.Psi, M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan masukan kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir
4. Bapak I Wayan Eka Dian Rahmani, S.Pd, M.Pd, selaku Koordinator PKL yang telah memberikan arahan, nasihat, dan saran selama melaksanakan PKL
5. Bapak I Made Sarjana, SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan Ibu Ni Putu Rita Sintadevi, S.Tr.Akt., M.Acc, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, pengarahan serta dukungan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir ini serta dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan kepada penulis sehingga tersusun dengan baik tugas akhir ini
6. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Administrasi yang turut membantu sehingga terselesaikan tugas akhir ini
7. Bapak Capt. Ali Sodikin, selaku CEO PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian
8. Bapak I Nengah Nariasa selaku Manajer Regional SDM dan Umum, dan Bapak Julius Jackson Hasiolan selaku Deputy Manajer Umum

- dan Humas atas bimbingan dan kesempatan yang telah diberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja lapangan dan membantu penulis dalam proses pelaksanaan praktik kerja lapangan
9. Ibu Sulistianingsih selaku Deputy Manajer TJSI (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) yang telah membantu penulis meluangkan waktunya dalam memberikan informasi dan data yang berhubungan dengan tugas akhir ini
  10. Seluruh Staff Pelaksana Divisi TJSI dan Seluruh Pegawai PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini
  11. Keluarga dan orang terdekat yang telah mendukung dan memberikan perhatian, semangat, dan dukungan baik moral maupun material dari awal hingga akhir dalam menyelesaikan tugas akhir ini
  12. Bapak Solekan selaku Ketua Yayasan Tri Vidya Buana, Komunitas Tani Subak Kerdung Pedungan, Bapak Sudarto selaku Ketua Yayasan TPQ Al-Qodiri dan Seluruh Jajarannya yang telah membantu penulis dalam mendapatkan informasi dan data terkait penelitian tugas akhir
  13. Ibu Siti Halimah S.H selaku Kepala Sekolah Pendidikan Kesetaraan Pondok Pesantren Salafiyah Syafa'ah Darussalam yang telah



mendukung dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini

14. Ibu Umi Sa'adah selaku Ketua TPQ Syafa'ah Darussalam Bali yang telah memberikan semangat dan motivasinya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya

15. Seluruh teman-teman saya yang telah memberikan dukungan dan semangat selama penulis mengerjakan tugas akhir ini.

Penyusunan dalam tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas akhir. Besar harapan semoga tugas akhir ini bermanfaat dan memberikan sumbangan pikiran bagi semua pihak guna menambah pengetahuan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Badung, 29 Agustus 2022

Penulis

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengetahui Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara. Berjalannya aktivitas operasional perusahaan menimbulkan persepsi bahwa aktivitas tersebut memberikan dampak yang secara tidak langsung berpengaruh bagi lingkungan sosial dan lingkungan fisik perusahaan. Persepsi yang berkembang tersebut membuat sejumlah perusahaan mencari solusi dengan melakukan program aktivitas sosial untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat dan lingkungan sekitar. Aktivitas sosial ini biasa disebut dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Data tersebut dikumpulkan menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Setelah data terkumpul dapat dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui beberapa tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra positif perusahaan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara, sangat mampu meningkatkan citra perusahaan karena dapat memberikan manfaat bagi komunitas masyarakat/institusi melalui program bantuan yang diberikan, sehingga masyarakat menilai bahwa PT Pelabuhan Indonesia (Persero) adalah perusahaan yang sangat berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan hidup.

**Kata kunci:** Implementasi, CSR, Citra Perusahaan, Citra Positif, PT Pelabuhan Indonesia (Persero)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
PRAKATA .....	v
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pokok Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Metode Penelitian .....	12
1. Lokasi Penelitian.....	12
2. Objek Penelitian.....	12
3. Data Penelitian .....	13
4. Teknik Analisis Data .....	15
BAB II LANDASAN TEORI .....	16
A. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
1. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16

2.	Tujuan dan Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	17
3.	Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	19
4.	Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	24
5.	Model Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	26
6.	Tahapan Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) ..	29
B.	Citra Perusahaan .....	31
1.	Pengertian Citra Perusahaan.....	31
2.	Proses Terbentuknya Citra Perusahaan.....	32
3.	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan .....	34
C.	Hubungan Antara Penerapan Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Citra Perusahaan .....	36
D.	Pembentukan Perspektif Masyarakat Melalui Citra Perusahaan ...	37
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....		38
A.	Sejarah Perusahaan .....	38
B.	Visi dan Misi Perusahaan.....	42
C.	Bidang Usaha.....	43
D.	Struktur Organisasi .....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		60
A.	Kebijakan Perusahaan .....	60
B.	Analisis dan Interpretasi Data .....	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		85
A.	Simpulan .....	85
B.	Saran .....	88

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik batang realisasi penyaluran CSR .....	9
Gambar 2.1 Konsep <i>triple bottom line</i> .....	25
Gambar 2.2 Konsep Piramida CSR .....	27
Gambar 2.3 Proses terbentuknya citra perusahaan.....	32
Gambar 3.1 Struktur organisasi PT Pelabuhan Indonesia .....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data realisasi penyaluran CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara Tahun 2018-2022.....	8
Tabel 4.1 Realisasi Program Pendidikan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara .....	68
Tabel 4.2 Realisasi Program Lingkungan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara .....	69
Tabel 4.3 Realisasi Program Penguatan UMK PT Pelabuhan Indonesia Regional Bali Nusa Tenggara .....	70
Tabel 4.4 Flowchart Proses pelaksanaan program <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara .....	73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Daftar wawancara Deputy Manajer TJSL
- Lampiran 2 : Daftar wawancara Staff Pelaksana TJSL
- Lampiran 3 : Daftar wawancara Ketua Yayasan Tri Vidya Buana
- Lampiran 4 : Daftar wawancara Ketua Yayasan TPQ Al-Qodiri
- Lampiran 5 : Daftar wawancara Komunitas Tani Subak Kerdung  
Pedungan
- Lampiran 6 : Dokumentasi wawancara Deputy Manajer TJSL
- Lampiran 7 : Dokumentasi wawancara Staff Pelaksana TJSL
- Lampiran 8 : Dokumentasi wawancara Ketua Yayasan Tri Vidya Buana
- Lampiran 9 : Dokumentasi wawancara Komunitas Tani Subak Kerdung  
Pedungan
- Lampiran 10 : Dokumentasi Realisasi Program CSR PT Pelabuhan  
Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam menghadapi laju era globalisasi yang terus berkembang saat ini, seluruh perusahaan dituntut agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini dilakukan agar dapat mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang serta diharapkan dapat memberikan sumbangsuhnya terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Perlu adanya peningkatan kinerja sumber daya manusia dalam perusahaan untuk melakukan terobosan baru dalam berinovasi supaya dapat terus berkompetisi atau bersaing dengan perusahaan lain. Sehubungan dengan terus berjalannya aktivitas perusahaan tentunya banyak menimbulkan berbagai dampak yang dirasakan oleh masyarakat sekitar, baik dampak positif maupun negatif.

Berjalannya aktivitas operasional perusahaan menimbulkan persepsi bahwa aktivitas tersebut memberikan dampak yang secara tidak langsung berpengaruh bagi lingkungan sosial dan lingkungan fisik perusahaan. Persepsi yang berkembang tersebut membuat sejumlah



perusahaan mencari solusi dengan melakukan program aktivitas sosial untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat dan lingkungan sekitar. Aktivitas sosial ini dijadikan sebagai kegiatan yang perlu dilaksanakan oleh setiap perusahaan. Program atau aktivitas sosial ini biasa disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility*.

*Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah program yang menjadi suatu tanggung jawab ataupun komitmen perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan sekitar yang merasakan dampak negatif dari jalannya aktivitas perusahaan agar kegiatan operasional perusahaan dapat terus berjalan dan berkelanjutan. Dalam pelaksanaannya, *Corporate Social Responsibility* perusahaan di Indonesia diatur sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 bab V mengenai Peraturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, dimana perseroan yang menjalankan kegiatan operasionalnya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan tersebut.

Makna adanya *Corporate Social Responsibility* dalam perusahaan yaitu membantu mempertahankan keberlanjutan dan keberlangsungan aktivitas operasional suatu perusahaan, dimana program *Corporate Social Responsibility* ini juga merupakan sebuah komitmen sebuah perusahaan untuk terus bertindak secara etis, serta berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup sumber daya manusia

yang ada di dalam perusahaan dan juga masyarakat disekitarnya. Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR), suatu perusahaan tidak hanya memprioritaskan tujuannya untuk menggapai keuntungan, namun meliputi pada beberapa aspek, seperti aspek sosial dan ekonomi serta aspek lingkungan yang berkaitan untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.

CSR dipandang sebagai investasi bagi perusahaan dimasa mendatang. Minat para investor dalam menanamkan modal di sebuah perusahaan yang menjalankan program CSR sangatlah besar dibanding sebuah perusahaan yang sama sekali tidak menjalankan program CSR. Dimana dengan dijalankannya program CSR ini dapat membentuk komunikasi yang efektif dan hubungan antara perusahaan dengan komunitas masyarakat sekitar perusahaan (Effendi, 2019). Dengan demikian, CSR merupakan faktor penting dalam meningkatkan keuntungan dan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini karena *stakeholder* merupakan faktor pendukung dalam mencapai tujuan suatu perusahaan dan keberlangsungan kegiatan operasional sebuah perusahaan.

Berdirinya sebuah perusahaan selain untuk mengembangkan inovasi dalam berbisnis yaitu menarik daya jual sebuah produk yang diciptakan. Kepercayaan yang didapatkan dari *stakeholder* merupakan citra yang baik bagi sebuah perusahaan. Citra perusahaan ternilai bagus dari masyarakat akan sangat berguna. Persaingan dalam

perusahaan untuk meningkatkan citra ataupun mempertahankan sebuah citra yang sudah ada dapat membentuk sebuah aset yang menjadi faktor utama dan tak ternilai. Dengan adanya hal tersebut, memacu perusahaan mengeluarkan seluruh upaya untuk mempertahankan dan mengembangkan asset yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri.

Dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu cara perusahaan untuk menarik simpati masyarakat untuk mendapatkan citra yang baik, hal ini berkaitan dengan tujuan suatu perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Pencitraan yang terbentuk dengan cara yang baik akan memberikan dampak yang positif hingga tercapainya tujuan yang diharapkan suatu perusahaan dalam meraih profit yang besar dari produk atau jasa yang ditawarkan. Meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap citra positif suatu perusahaan juga dapat mempertahankan keberlanjutan usaha yang dikembangkan oleh perusahaan tersebut. Pada dasarnya eksistensi citra perusahaan akan timbul dari persepsi seseorang ketika merasakan suatu kepuasan yang didapatkan, pengalaman yang dijadikan sebuah sandaran pertama dalam pemikiran seseorang akan menimbulkan positif atau tidaknya terhadap kepuasan yang dirasakan dan sesuai atau tidaknya dengan harapan yang diinginkannya.

Menurut Sutojo dalam Fitriani (2012:19) citra yang melekat dalam suatu perusahaan sangat bermanfaat dan memberikan dampak langsung bagi daya saing jangka menengah hingga jangka panjang dengan cara perusahaan berusaha meningkatkan persaingan pasar dengan menyusun strategi marketing yang praktis dan tepat sasaran, dengan citra yang dimiliki juga dapat memberikan proteksi bagi perusahaan di masa krisis, memiliki daya tarik eksekutif handal, menunjang efektivitas strategi perusahaan, menghemat biaya operasional perusahaan.

Menurut Jefkins dalam Sudarso (2016:51), citra perusahaan merupakan citra yang dimiliki suatu perusahaan atau lembaga secara keseluruhan. Citra ini terbentuk oleh riwayat keberhasilan, stabilitas pada bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, serta komitmen mengadakan riset. Citra yang tertanam dalam suatu perusahaan dapat memberikan kemampuan untuk mengubah harga yang memiliki nilai tinggi, menikmati penerimaan yang besar dibanding pesaing yang membuat kepercayaan pelanggan pada perusahaan (Handi Irawan, 2009:141). Untuk membentuk citra yang baik dan tangguh memerlukan adanya strategi yang direncanakan serta dikemas dalam kegiatan dari perusahaan itu sendiri dalam menarik persepsi publik sesuai dengan tujuan dan harapan perusahaan.

Secara langsung atau tidak langsung, setiap perusahaan tentu memiliki citra yang tertanam dalam benak masyarakat. Citra yang tertanam dapat berupa citra yang baik, sedang, maupun buruk. Dengan demikian dampak peringkat citra yang berbeda tersebut turut mempengaruhi keberhasilan dalam menjalankan kegiatan bisnis dan pemasaran produk yang ditawarkan. Berdasarkan Tang dalam Sia dan Subagio (2013) menyatakan bahwa citra perusahaan (*corporate image*) merupakan sebuah kesan yang timbul dalam pikiran seseorang saat mendengar nama tempat, restoran, atau institusi bisnis lain. Selain nama, kesan yang muncul tersebut dapat juga dipengaruhi oleh arsitekturnya, berbagai inovasi produk atau jasa yang ditawarkan, tradisi, ideologi mengenai perasaan akan sebuah kualitas. Citra sebuah perusahaan tidak dapat direayasa atau dipalsukan, perusahaan perlu mengkomunikasikan secara jelas mengenai perusahaan yang diharapkan, sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara baik.

PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara dalam pertumbuhannya menjadi salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak pada sektor jasa layanan operator terminal pelabuhan berperan dalam kemajuan masyarakat sebagai wujud dari komitmen perusahaan kepada lingkungan sekitar yang diwujudkan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aktivitas program CSR yang dilaksanakan oleh PT Pelabuhan Indonesia

(Persero) Regional Bali Nusa Tenggara merupakan sebuah tujuan yang diharapkan dapat mendekatkan diri serta mensejahterakan masyarakat yang berada disekitar lingkungan perusahaan. Kegiatan-kegiatan CSR yang dilaksanakan sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedur*) yang sudah ditetapkan. SOP ini secara garis besar dipergunakan sebagai pedoman untuk mengatur seluruh pengumpulan dana, bentuk penyaluran bantuan, penerimaan bantuan, pengontrolan, evaluasi serta tanggung jawab dalam penggunaan keuangan CSR.

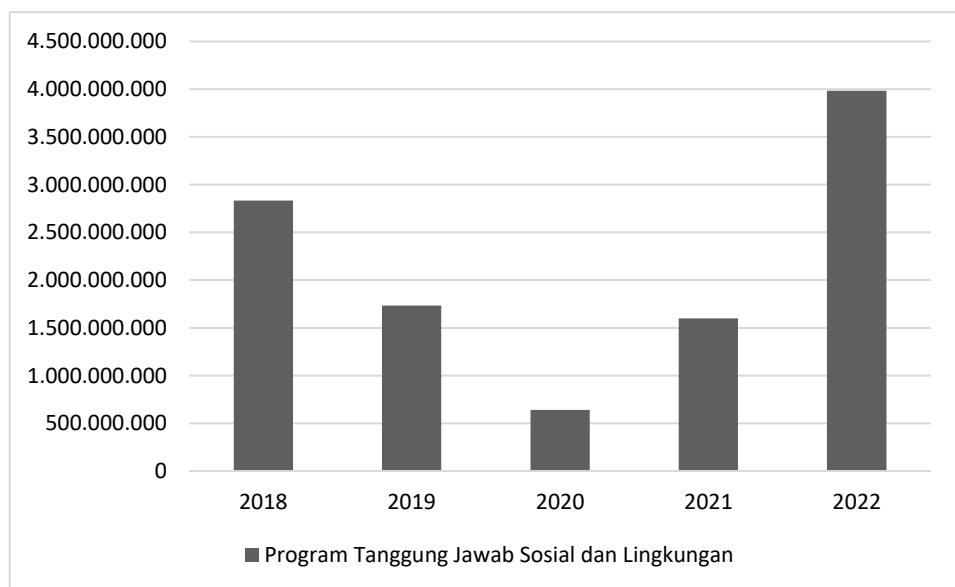
Pelaksanaan program CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara mengacu kepada pengaturan perundangan-undangan di Indonesia yang mengatur secara umum maupun khusus mengenai pelaksanaan program CSR diantaranya pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Sedangkan pedoman internal penerapan program CSR yang dilakukan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara mengacu pada Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia Nomor : PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara. Berikut daftar realisasi program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara dari tahun 2018 sampai tahun 2022, diantaranya:

Tabel 1.1 Data realisasi penyaluran CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero)  
Regional Bali Nusa Tenggara Tahun 2018-2022

No	Tahun	Program	Besar Bantuan
1	2018	Bantuan pembangunan sarana ibadah dan umum	<b>Rp. 2.831.889.532</b>
		Bantuan untuk kesehatan	
		Bantuan Sarana Pendidikan	
		Bantuan Sembako	
		Bantuan alat kebersihan	
2	2019	Bantuan pembangunan sarana ibadah dan umum	<b>Rp. 1.735.000.000</b>
		Bantuan renovasi	
		Bantuan sembako	
		Bantuan alat kebersihan	
		Penanaman mangrove	
		Bantuan untuk pendidikan	
3	2020	Bantuan paket sembako dimasa pandemi covid-19	<b>Rp. 638.700.000</b>
		Bantuan penyediaan fasilitas kesehatan	
4	2021	Bantuan penyaluran sembako	<b>Rp. 1.599.900.000</b>
		Bantuan renovasi	
		Pendanaan UMK	
		Bantuan sarana dan prasarana pendidikan	
		Bantuan alat kebersihan	
		Pengadaan APD	
		Penanaman mangrove	
		Bantuan pembangunan sarana ibadah dan umum	
5	2022	Pengelolaan sampah	<b>Rp. 3.984.000.000</b>
		Program TJSL pada proyek strategis	
		Penyediaan air bersih	
		Penghijauan	
		Tanam mangrove	
		Bantuan pendidikan	
		Bantuan pendanaan UMK	

Sumber : Laporan Tahunan PT Pelabuhan Indonesia (Persero)  
Regional Bali Nusa Tenggara Tahun 2018-2022

Berdasarkan hasil data rekapan serapan anggaran program CSR PT Pelabuhan Indonesia (persero) Regional Bali Nusa Tenggara menunjukkan bahwa besarnya bantuan program CSR yang telah dilaksanakan dan disalurkan kepada masyarakat 5 tahun terakhir mulai dari tahun 2018 sampai tahun 2022 berbeda-beda. Tahun 2022 menunjukkan jumlah tertinggi dalam penyaluran dana program CSR dibandingkan dengan tahun lainnya yaitu sebesar Rp. 3.984.000.000 sedangkan tahun 2020 menyalurkan dana sebesar Rp. 638.700.000 berbanding jauh dengan penyaluran dana dari tahun lainnya. Untuk lebih jelas, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Grafik batang realisasi penyaluran CSR

Sumber : Data Primer Diolah 2022



Melalui grafik 1.1 dapat dilihat adanya penurunan dan kenaikan besar dana CSR yang disalurkan setiap tahunnya. Pada tahun 2018 sampai tahun 2020 dana yang dikeluarkan untuk beberapa program CSR mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2020 dana yang dikeluarkan tidak sebanyak seperti tahun-tahun sebelumnya dikarenakan seluruh perusahaan badan usaha milik negara wajib memprioritaskan seluruh anggaran dananya untuk membantu pemerintah Indonesia dalam menghadapi wabah Covid-19 yang berlangsung, oleh sebab itu program-program bantuan lainnya diberhentikan sementara sampai keadaan tersebut membaik.

Berdasarkan fenomena di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Meningkatkan Citra Positif Perusahaan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara”**.

## **B. Pokok Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari upaya dalam meningkatkan citra positif perusahaan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara?

2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT Pelabuhan Indonesia Regional Bali Nusa Tenggara ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra positif perusahaan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara
2. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan berbagai faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* dalam meningkatkan citra perusahaan pada PT Pelabuhan Indonesia Regional Bali Nusa Tenggara.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Berikut adalah beberapa manfaat dalam penelitian ini:

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa untuk memahami ilmu baru dan memperluas wawasan mengenai program-program yang ada di perusahaan melalui program *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) dan diharapkan dapat memberikan tambahan informasi mengenai pengimplementasian program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan.

## 2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Output dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan revisi kurikulum mata kuliah serta tambahan kepustakaan dan referensi bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali mengenai pemahaman tentang program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra positif suatu perusahaan.

## 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam merencanakan aktivitas operasional dalam meningkatkan citra positif perusahaan dengan baik.

## **E. Metode Penelitian**

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara Jalan Dermaga Pelabuhan Benoa, Pedungan, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali.

### 2. Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada objek "Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra

Positif Perusahaan Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara”.

### 3. Data Penelitian

#### a. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kualitatif yang mengandalkan dokumentasi, pengamatan serta wawancara pada obyek penelitian yang diharapkan mendapatkan data yang akurat dan sesuai dengan fakta.

#### b. Sumber Data

Penulis menggunakan 2 (dua) sumber data dalam penelitian ini yaitu:

##### a) Data Primer

Pada penelitian ini penulis menggunakan data primer, yakni bermacam informasi dan keterangan yang didapatkan langsung dari sumbernya, yaitu beberapa informan dalam penelitian ini. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh langsung di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara.

##### b) Data Sekunder

Selanjutnya penulis menggunakan sumber data sekunder, yakni informasi dan teori yang secara tidak langsung diperoleh dari sumbernya, dan didapatkan melalui jurnal dan buku mengenai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

### c. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode sebagai berikut:

#### 1) Observasi

Observasi merupakan pengamatan dengan sistematis fenomena yang sedang di analisis secara langsung. Observasi ini juga dilakukan agar mendapatkan berbagai informasi data yang relevan dan akurat serta dilakukan langsung dengan mengunjungi PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara dan masyarakat sekitar.

#### 2) Wawancara

Wawancara menurut Kriyantono (2018) merupakan “Komunikasi yang dilakukan oleh periset yang berharap mendapatkan berbagai informasi dari informan, sedangkan informan merupakan seseorang yang diasumsikan memiliki informasi mengenai objek yang ingin diteliti”.

Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan Deputi Manajer dan Staff Pelaksana Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Unit TJSL) PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara, Bapak Solekan selaku ketua Yayasan Tri Vidya Buana, Bapak Pande Putu

Mudra selaku Kelompok Tani Subak Kerdung, Bapak Sudarto selaku ketua Yayasan TPQ Al-Qodiri. Wawancara ini juga dilakukan untuk mendapatkan beberapa informasi mengenai implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah dilaksanakan dalam meningkatkan citra positif perusahaan dari masyarakat sekitar yang terkena dampak aktivitas operasional perusahaan.

### 3) Studi Kepustakaan dan Dokumentasi

Teknik studi kepustakaan dan dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan tambahan referensi dan informasi data dalam penelitian yang dilakukan melalui jurnal, berbagai karya tulis, foto, video dan lain sebagainya.

### 4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini Teknik analisis data yang digunakan adalah Teknik analisis deskriptif kualitatif. Menurut Mukhtar (2013) Teknik analisis deskriptif kualitatif menjelaskan mengenai gejala atau keadaan yang ada sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Teknik analisis data ini digunakan untuk menggambarkan data yang dinyatakan oleh narasumber yang secara tertulis maupun lisan dengan kebenaran yang sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan serta berhubungan dengan suatu permasalahan dalam penelitian ini sehingga mendapatkan kesimpulan yang tepat.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dalam Bab IV mengenai implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan citra perusahaan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi program CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara dari tahun ke tahun terus konsisten memberikan bantuannya dalam bentuk program CSR yang dijalankan oleh divisi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Bantuan yang diberikan berupa 3 program prioritas yang diutamakan yakni dalam bidang pendidikan, lingkungan dan penguatan UMK. Bantuan yang diberikan berupa dana maupun barang sesuai dengan permohonan yang diajukan kepada perusahaan.

2. Implementasi program CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara mampu meningkatkan citra perusahaan karena mampu memberikan manfaat bagi komunitas masyarakat/institusi melalui program bantuan yang diberikan, sehingga masyarakat menilai bahwa PT Pelabuhan Indonesia (Persero) adalah perusahaan yang sangat berkontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan hidup.
3. Proses implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara dalam meningkatkan citra perusahaan adalah bermula dengan proses pembentukan citra yang kemudian dipertahankan melalui strategi menjalin komunikasi dan silaturahmi dengan cara turun langsung ke masyarakat yang sesuai sasaran dalam bantuan inisiatif yang sudah di berikan oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai stimulus yang akan menimbulkan persepsi bahwa perusahaan telah menjalankan tugasnya dengan baik dan membantu lingkungan sekitar serta menghasilkan kognisi yang akan selalu di ingat oleh masyarakat yang kemudian akan menimbulkan sikap yaitu berupa penerimaan, dan muncul motivasi masyarakat dalam bentuk dukungan kepada operational PT Pelabuhan Indonesia (Persero), yang akan menghasilkan respon tersendiri dari bantuan yang di berikan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara.



4. Peran pelaksanaan program CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara sebagai strategi dalam meningkatkan citra positif perusahaan adalah dengan bekerja bersama masyarakat yang merupakan pemangku kepentingan eksternal yang menerima manfaat secara langsung dari program CSR yang dilaksanakan, maka dari itu sinergi antara masyarakat dengan perusahaan merupakan kunci dalam keberhasilan program yang sudah direncanakan dan keberlangsungan aktivitas perusahaan sebelumnya.
5. Faktor penghambat dan faktor pendukung dalam pelaksanaan program CSR PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi tujuan pelaksanaan yang sudah direncanakan sebelumnya. Faktor pendukung dalam pelaksanaan program CSR menjadi salah satu penunjang keberhasilan program tersebut seperti pelaksanaan program CSR yang sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku serta partisipasi masyarakat terhadap berjalannya program CSR, sedangkan faktor penghambat merupakan faktor yang dapat menghalangi dan menahan pelaksanaan program CSR, seperti anggaran yang tidak sesuai saat diberikan, kurangnya sosialisasi mengenai program CSR serta kurangnya Kerjasama tim yang kuat.

## **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional Bali Nusa Tenggara dalam meningkatkan citra positif perusahaan, maka peneliti memberikan saran-saran berikut:

1. Memaksimalkan evaluasi setelah pelaksanaan program CSR agar tidak timbul masalah dan kendala dalam perencanaan program CSR TJSL Pelindo kedepannya. Supaya program yang dilaksanakan benar-benar diharapkan tepat sasaran, dalam artian program CSR yang disalurkan untuk masyarakat atau instansi benar-benar didapatkan oleh masyarakat yang membutuhkan bantuan.
2. Terus berkontribusi terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan kedepannya dan diharapkan dapat meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat luas

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqiela, L., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) EI-Corps. *Social Work Jurnal*, Vol.8, 211 - 218.
- Disemadi, H. S., & Prananingtyas, P. (2020). Kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Strategi Hukum Dalam Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Wawasan Yuridika*, 1-16.
- Feronika, E. S., Silva, K. R., & Raharjo, S. T. (2020). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bidang Lingkungan. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.7, 1 - 11.
- Firdaus, S., & Chatamallah, M. (2021). Strategi Membangun Citra Perusahaan (*Corporate Image*) Melalui Kegiatan CSR. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, Vol.7, 680-684.
- Jumiyati, & Azlina, Y. (2020). Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT Bersama Esa Sejahtera Bekasi. *Jurnal Akrab Juara*, Vol.5, 185-199.
- Kementerian BUMN. 2021. Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Republik Indonesia Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara. Jakarta: Kementerian Badan Usaha Milik Negara.
- Kholifah, S., Suyadnya, I, W. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. Berbagi Pengalaman Dari Lapangan. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kurnia, A., Shaura, A., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). *Sustainable Development* dan CSR. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.6, 231 - 237.
- Lestari, D. P., Yusuf, M., & Taqwa, R. (2021). Analisis Pengaruh Efektivitas Program CSR (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Citra Perusahaan Pertambangan Batubara Pada Masyarakat Sekitar Tambang Di PT Baturona Adimulya (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Maulyan, F. F., Draja, D. Y., Angliawati, R. Y., & Sandini, D. (2022). Pengaruh *Service Excellent* Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan : *The Oretical Review*. *Jurnal SainsManajemen*, Vol.4, 8-17.

- Michael, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori *Triple Bottom Line*. *Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol.2*, 23-31.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Indonesia. *Jurnal Pekerjaan Sosial, Vol. 2*, 61-66.
- Nufaisa, & Jannah, B. S. (2020). Mengidentifikasi Peran Teori dan Karakteristik Perusahaan yang Dapat Mempengaruhi Pengungkapan CSR. *BAJ (Behavioral Accounting Journal), Vol.3*, 181-194.
- Rachman, Y. A., & Barmawi, B. (2019). Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol.10*, 101-113.
- Ramadani, R., & Hilmiyah, M. (2019). Pembentukan Citra Politik di Media Sosial Twitter. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah, Vol.9*, 254-268.
- Rusdian, S., & Putri, A. O. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada CV. CemilanKunik Garut). *Prismakom*, 12-20.
- Satya, D., & Hidayatullah, D. S. (2018). Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada PT. Sucofindo Tahun 2017). *e-Proceeding of Management, Vol.5*, 1925-1931.
- Simanjuntak, Y. R., & Sjaf, S. (2022). Hubungan Efektivitas Program *Corporate Social Responsibility* dengan Citra Perusahaan (Kasus: Program CSR PT. Indonesia Asahan Aluminium, Kuala Tanjung, Provinsi Sumatera Utara). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Vol.6*, 64-74.
- Sunardi, C. A., & Farid. (2022). Peran *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra PT. Jaya Perkasa Wibawa. *KIWARA, Vol.1*, 171-176.
- Tyasari, A. A., & Ruliana, P. (2021). Model Komunikasi *Coorporate* dalam Membangun Citra Perusahaan. *Indonesian Journal of Communications, Vol. 2*, 27-42.
- Yuwana Putra, M. S., & Yulianto, K. (2022). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra PT Putra Bintang Sembada. *Inter Script: Journal of Creative Communication, Vol.4*, 43-60.