

IMPLEMENTASI CSR DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN PT. ANGKASA PURA 1 KUPANG

Eugenia Oktaviani Adensi Laro¹, Mas'Amah², Veki Edizon Tuhana³
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Nusa Cendana

Article Info

Article history:

Received June 7, 2023

Revised June 22, 2023

Accepted June 26, 2023

Keywords:

Implementation

CSR

Image

ABSTRAK

Bentuk tanggung jawab dan kontribusi perusahaan bagi masyarakat, implementasi CSR ini juga dilakukan sebagai upaya dalam mempertahankan citra perusahaan. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena berisi tema yang *relate* dengan kondisi saat ini, di mana banyak perusahaan sedang gencar melaksanakan CSR untuk membentuk pandangan positif dari publik dan masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi CSR pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang dalam mempertahankan citra perusahaan, dengan menggunakan metode studi kasus dan dianalisis menggunakan teori Stimulus-Respon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan dan implementasi CSR berperan aktif dalam meningkatkan dan mempertahankan citra dan kredibilitas perusahaan. Ini dibuktikan dengan adanya kesan positif dan penilaian positif yang diberikan masyarakat, yang kemudian semakin meningkatkan citra perusahaan. Dari implementasi CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, masyarakat menilai bahwa PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang sudah memberikan kontribusi yang baik dan bertanggungjawab turut membangun lingkungan sekitar.

ABSTRACT

The implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) serves as a form of responsibility and contribution by companies to society. Furthermore, CSR implementation is also conducted as an effort to maintain the company's image. This research is important as it relates to the current situation where many companies are actively carrying out CSR to shape a positive perception among the public and the wider community. The aim of this study is to examine the implementation of CSR in the Partnership and Environmental Development Program by PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang as a strategy to uphold the company's image. The case study method is employed in this research, and the data is analyzed using the Stimulus-Response theory. The research findings indicate that the application and implementation of CSR play an active role in enhancing and maintaining the company's image and credibility. This is evidenced by the positive impressions and assessments provided by the community, subsequently enhancing the overall company image. Through the implementation of CSR via the Partnership and Environmental Development Program, the community acknowledges that PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang has made significant and responsible contributions to the surrounding environment. This study provides a deeper understanding of the importance of CSR implementation in

maintaining the company's image. The implications of this research suggest that companies need to prioritize their social responsibilities as an effort to build a positive image in the eyes of the public. Further research can be conducted to expand the scope of this study and analyze the long-term impact of CSR implementation on company image and environmental sustainability.

Corresponding Author:

Eugenia Oktaviani Adensi Laro

Department of communication,
Universitas Nusa Cendana,

Jl. Adisucipto Penfui, Kupang, Nusa Tenggara Timur. Indonesia

Email: avylaro1710@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Keberadaan perusahaan sebagai bagian dari masyarakat tentunya harus memberikan manfaat juga kontribusi bagi masyarakat wilayah kerja perusahaan dan komunitas lokal sebagai rekan dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam kegiatan operasionalnya, perusahaan dituntut untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan memiliki komitmen untuk berkontribusi dalam peningkatan ekonomi lingkungan eksternal.

Hal ini mendorong beberapa perusahaan yang kemudian merasa penting untuk melaksanakan kegiatan yang bersifat sosial, yang pada akhirnya dijadikan sebagai kegiatan wajib oleh perusahaan yang memberikan dampak positif kepada masyarakat dan lingkungan sosial. Kegiatan-kegiatan ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan yang mencakup isu-isu seperti lingkungan kerja, hubungan dengan masyarakat sekitar, serta perlindungan terhadap lingkungan. Di Indonesia regulasi tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* tertuang pada Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Hamim (Sultoni, 2021) dalam buku *Corporate Social Responsibility* mengatakan bahwa pengertian CSR adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Sementara itu *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan CSR sebagai *"Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large."* CSR merupakan komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (SARI DEWI, 2009).

Pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan tentunya berdampak baik tidaknya citra perusahaan dimata masyarakat. Selain itu pelaksanaan CSR juga berperan dalam peningkatan kinerja dan sumber daya perusahaan yang semakin baik dari sebelumnya. Implementasi CSR dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk dan peran sosial perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaannya secara berkesinambungan. Dengan adanya aktivitas CSR tentu saja memberikan dampak positif terhadap perusahaan bersangkutan, hubungan perusahaan dengan komunitas terjalin dengan baik serta kepercayaan publik terhadap perusahaan tetap terpelihara dengan baik.

Dengan kata lain, CSR berkaitan dengan kebutuhan perusahaan untuk menaikkan citra positifnya, dan dengan melaksanakan CSR tersebut perusahaan dapat meningkatkan citra yang baik di masyarakat. Dengan implementasi CSR yang baik dan maksimal maka *feedback* yang didapat adalah citra positif yang kemudian baik secara langsung maupun tidak hal tersebut akan berpengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan. Citra menjadi hal krusial bagi perusahaan untuk dapat bertahan dan berkembang secara berkesinambungan, dan salah satu cara untuk membentuk dan atau mempertahankan citra serta keberlangsungan perusahaan yakni melalui pelaksanaan program tanggungjawab sosial dan lingkungan atau CSR.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena berisi tema yang *relate* dengan kondisi saat ini, dimana banyak perusahaan sedang gencar melaksanakan CSR untuk membentuk pandangan positif dari

publik dan masyarakat luas. Demikian halnya dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 El Tari yang mengimplementasikan CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan atau yang disebut dengan PKBL. Program Kemitraan adalah program pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemberian pinjaman kemitraan untuk modal kerja dan investasi, sedangkan Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat dan peningkatan kualitas hidup (Pura, 2022).

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang telah dilaksanakan oleh PT Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang antara lain pemberian pinjaman modal kepada UMK, pengadaan Puskesmas Keliling bersama Dinkes Kota Kupang, bantuan fasilitas pembelajaran di SD Angkasa Penfui, pembangunan Masjid Agung Darul Hidayah Naibonat.

PKBL yang sudah dilaksanakan dalam jangka waktu lama tentu mempunyai dampak positif terhadap masyarakat dan juga efektif sebagai sarana untuk mempertahankan citra Angkasa Pura 1 El Tari. Melalui PKBL masyarakat menjadi lebih percaya dan merasakan keuntungan dengan hadirnya perusahaan bersangkutan di wilayah tersebut.

Citra merupakan hal penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Philip Kotler (Suwandi et al., 2015) mengatakan bahwa "Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap obyek". Frank Jefkins (Ardianto & Soemirat, 2004), menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi program CSR PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) dalam mempertahankan citra perusahaan. Membina dan mempertahankan suatu citra yang kuat sangat penting artinya bagi suatu organisasi atau perusahaan jika ingin menarik konsumen dan mempertahankan loyalitasnya. Dengan demikian peran citra bagi perusahaan amatlah penting. Hal ini karena citra yang baik dari perusahaan akan berdampak positif dan menguntungkan sedangkan citra yang buruk akan berdampak buruk dan merugikan perusahaan.

Citra juga menunjukkan eksistensi organisasi atau perusahaan di mata publik, dengan menunjukkan pandangan masyarakat terhadap organisasi yang terbentuk dalam jangka waktu yang panjang. Pencitraan yang terbentuk dengan baik akan memberikan dampak yang baik pula demi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan perusahaan. Dalam hal ini mampu memberikan peluang bagi perusahaan meraih keuntungan dari produk atau jasa yang ditawarkan karena memiliki citra yang baik. Selain itu akan meningkatkan kepercayaan publik terhadap organisasi dalam menjalankan bisnis.

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya penelitian Rzky tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Citra PT. PLN (Persero) Area Pekanbaru Bagi Masyarakat Kecamatan Lima Puluh Kota Pekanbaru" (Dea Rizky, 2019) dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Selain itu penelitian oleh Mayasari dengan judul "PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP CITRA PERUSAHAANPT. TELEKOMUNIKASI SELULAR (Studi Pada Pengunjung Taman Singha Merjosari Malang Yang Menggunakan LOOP Arena)". Hasil pengujian dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel *community support* (X1) dan *product* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan (Y).

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah Teori Stimulus-Respon, dimana setiap aksi (stimulus) yang diberikan komunikator akan menimbulkan reaksi (respon) tertentu. Implementasi CSR yang dilakukan secara baik dan berkesinambungan sebagai stimulus akan menimbulkan citra dimata masyarakat yang menilai dari bagaimana pelaksanaan program CSR tersebut (respon). Asumsi teori ini adalah bahwa "segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan non verbal dapat menimbulkan respons tertentu" (Mulyana, 2008).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Menurut Creswell (Creswell, 2014), pandangan konstruktivisme sosial merujuk pada individu-individu yang berusaha memaknai makna-makna yang beragam. Penelitian ini bertujuan memahami kejadian atau peristiwa sosial yang merupakan karakteristik dari paradigma konstruktivisme itu sendiri.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Creswell (AK & ZA, 2015) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menyajikan sumber data berupa kata-kata, dan melaporkan pandangan terinci yang

diperoleh dari para informan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada suatu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus yakni implementasi CSR.

Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) informan kunci dan 4 (empat) informan pendukung. Adapun informan kunci dalam penelitian ini yakni *Manager* divisi *Legal, Compliance, and Stakeholder Relation*, dan *CSR Officer* PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang. Dan informan pendukung dalam penelitian ini adalah masyarakat mitra binaan PKBL PT. Angkasa Pura 1 El Tari. Subjek atau informan dalam penelitian ini akan diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Moleong, 2009).

Moleong (Moleong, 2009) mendefinisikan objek penelitian sebagai suatu atribut, sifat, nilai dari orang atau kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian objek dalam penelitian ini adalah implementasi CSR melalui PKBL yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang.

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Angkasa Pura 1 unit *Legal Compliance and Stakeholder Relation* kantor cabang Bandara El Tari Kupang, dan pada wilayah mitra PKBL. Waktu penelitian dilaksanakan pada Juli hingga September 2022.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan pada individu-individu yang mempunyai pengalaman langsung berkaitan dengan topik penelitian ini.

Observasi yang digunakan adalah observasi partisipan dan non-partisipan, yang mana observasi partisipan dilakukan saat pra penelitian guna mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Sementara observasi non-partisipan dilakukan saat mengumpulkan data pada saat penelitian berlangsung. Data dan informasi yang berkaitan dengan topik penelitian juga diperoleh dan dikumpulkan melalui berbagai dokumen, artikel, surat kabar, arsip.

Teknik validasi data yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber, yakni teknik yang dilakukan dengan mengambil informasi yang sama yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan informan. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data hasil penelitian dari tiap informan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (Purnama, 2016), terdiri dari proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang sebagai salah satu perusahaan BUMN adalah melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang merupakan suatu jenis program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan/*Corporate Social Responsibility* (CSR) yang hanya ada di BUMN dan telah dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang sejak berdirinya perusahaan dan telah dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang. Seperti yang disampaikan oleh informan 1 dan 2:

Sejak berdirinya perusahaan program ini udah ada dan kita laksanakan terus sampai sekarang. Udah jadi program berkelanjutan. Dari sejak berdirinya perusahaan sih sudah ada PKBL, karena ini kan aturan dari kementerian bahwa tiap BUMN harus ada PKBL.

PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari sendiri mempunyai 2 (dua) program yaitu program kemitraan dan bina lingkungan yang didalamnya terdapat berbagai wujud kegiatan dan bantuan dalam berbagai sektor. Seperti yang disampaikan oleh informan 1 dan 2:

Di program kemitraan itu sendiri ada 2 (dua) yaitu pemberian pinjaman kemitraan dan hibah pembinaan. Pemberian pinjaman itu kita memberikan pinjaman modal kepada pengusaha-pengusaha yang mengajukan proposal ke kita. Dan yang kedua adalah bina lingkungan yang sifatnya bantuan, khususnya masyarakat ring 1 (satu). Nah wujud program Kemitraan salah satunya adalah kita berikan pinjaman modal di Warung Pagi Sore di Naimata. Sementara program Bina Lingkungan ini kita kasih bantuan komputer dan renovasi SD Angkasa di Penfui,

kita bantu kasih fasilitas Gereja, panti asuhan. Dalam anggaran CSR ini semua punya kategorinya, ada kategori pendidikan, pariwisata, dan sebagainya.

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan ditemukan bahwa dalam pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang melaksanakan kegiatan tersebut dalam 4 (empat) tahapan; yakni tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap *monitoring*, dan tahap pelaporan.

Pada tahap perencanaan, dilakukan pendekatan oleh pihak PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari dengan target calon mitra binaan, dengan melihat kondisi dan kebutuhan pada calon mitra binaan tersebut dan memperkenalkan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan secara langsung kepada mitra bersangkutan. Seperti yang disampaikan oleh informan 1, 2, 3, dan 4 sebagai berikut:

Tahap pelaksanaan PKBL ada 4. Yang pertama perencanaan, kita cari target yang pas untuk program kita ini. Baik itu kemitraan atau bina lingkungan. Biar gak salah sasaran. Kita bangun komunikasi yang baik, silaturahmi yang baik, lalu kita kenalkan dengan PKBL ini. Dan akhirnya kita jadi punya semacam hubungan keluarga yang cukup erat. Setelahnya kita mulai bermitra.

Pada tahap pelaksanaan dilakukan penyaluran dana sesuai yang telah disepakati bersama mitra binaan pada tahapan sebelumnya. Baik Program Kemitraan maupun Bina Lingkungan memiliki rangkaian proses hingga pada akhirnya bantuan tersebut akan diberikan kepada mitra binaan yang bersangkutan. Seperti yang diungkapkan oleh informan 1 dan 2:

Kalau mereka oke maka kita lanjut ke tahap berikutnya yaitu pelaksanaan, begitu mereka paham dan tertarik, kita kasih format proposal untuk diisi, kemudian proposalnya diantar ke kantor untuk kemudian kita kirim ke pusat dan dilakukan pencairan dana. Setelah dana diterima kita ada berita acara penyerahan dana dan di dalam berita acara itu 30 hari setelah dana diterima mereka harus membawa laporan pertanggungjawaban apakah dananya digunakan sesuai atau tidak dengan yang diajukan.

Setelah dana permodalan kemitraan dan bantuan bina lingkungan diberikan, dalam rentang waktu 1 (satu) bulan setelahnya akan dilakukan *monitoring* guna mengetahui perkembangan usaha mitra dan memastikan dana dan bantuan yang diberikan digunakan dengan baik. Seperti yang dijelaskan oleh informan 1 dan 2:

Setelah kita salurkan bantuannya, kita kasih anggarannya, kita monitor terus. Ini tahap yang ketiga. Kita kunjungi mereka lagi, nanti ada berita acara monitoring namanya yang kita bawa dan kita lihat hasilnya disana bagaimana, lalu kita tanda tangani bersama, jadi ada bukti tersimpan.

Dan yang terakhir adalah tahap pelaporan dimana akan dilakukan evaluasi terhadap program yang telah dilaksanakan sebelumnya yang dibuat dalam bentuk laporan kepada kantor pusat sebagai wujud pertanggungjawaban dan atau bisa disimpan sebagai dokumen dan arsip perusahaan. seperti yang disampaikan oleh informan 1 dan 2:

Nanti setelah selesai pelaksanaan programnya baru di tahapan akhir kita buat laporan. Kita evaluasi. Lalu kita bisa sampaikan sebagai pertanggung jawaban ke kantor pusat atau juga bisa sebagai dokumentasi kantor aja.

Program Kemitraan juga tidak hanya memberikan bantuan pinjaman permodalan, namun juga dengan memberikan motivasi dalam bentuk pelatihan dan manajemen untuk pengembangan usaha-usaha dari mitra binaannya. Seperti yang disampaikan oleh informan 1, 3, dan 4:

Yang memproses permodalan di Angkasa Pura 1 juga akan mendapatkan pembinaan seperti pelatihan, fasilitas, promosi atau pameran dan kegiatan pemagangan. Juga diberikan kursus, seperti kursus keuangan, jadi mereka bekal kita dengan hal-hal seperti itu yang sangat bagus dan bermanfaat.

Namun dalam perjalanan pelaksanaan program, tentu saja terdapat beberapa kendala diantaranya seperti mitra yang tidak mempergunakan bantuan modal yang diberikan dengan baik. Baik dalam program kemitraan, maupun bina lingkungan, masih terdapat mitra yang tidak menggunakan bantuan yang diterima sesuai kebutuhan yang diajukan sebelumnya. Seperti yang disampaikan oleh informan 2:

Kalau dalam program kemitraan itu ada mitra macet, mitra nakal, kadang mereka proposalnya untuk usaha kios tapi ternyata uangnya digunakan untuk hal lain. Kalau Bina Lingkungan itu kadang ya kita sudah bantu tapi mereka kasih laporannya palsu.

Melalui program kemitraan dan bina lingkungan, perusahaan berharap bisa berkontribusi dengan sebaik-baiknya bagi usaha masyarakat. Membantu kemajuan UMKM dan lingkungan dengan pemberian bantuan yang dimanfaatkan dengan baik. Seperti yang disampaikan informan 1:

Harapannya ya semoga bantuan yang dikasih bisa dimanfaatkan dengan baik, dan membantu pastinya buat masyarakat yang sudah terima bantuan itu. Ya jangan disalahgunakan aja gitu, benar-benar apa yang dikasih itu ya digunakan semestinya. Melalui program ini juga kita berharap untuk selalu dapat dukungan dari masyarakat terhadap operasional kita.

Implementasi CSR yang dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang tentunya berdampak pada citra perusahaan sendiri. Citra positif suatu perusahaan bisa terbangun melalui kesan yang baik dari masyarakat. Pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan banyak memberikan manfaat bagi masyarakat dan keberhasilan program ini kemudian menimbulkan kesan yang baik dari masyarakat sebagai penerima bantuan. Baik dari program kemitraan maupun bina lingkungan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh informan 3,4,5, dan 6:

Kami melihat angkasa pura itu kinerja mereka bagus, terus rasa persaudaraan mereka juga kuat. Mereka itu sangat membantu usaha-usaha kecil, dan tidak pandang bulu. PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari sudah cukup memberikan manfaat melalui program kemitraan dan bina lingkungan. Banyak usaha-usaha kecil yang bisa survive setelah dibantu oleh PKBL Angkasa Pura ini.

Dengan adanya kesan yang positif maka citra yang baik juga akan terbentuk, dan bisa mempertahankan citra positif perusahaan yang memang telah ada sebelumnya. Selain kesan yang diberikan, citra positif dari PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari bisa dipertahankan berkat adanya peningkatan kepercayaan dan penilaian baik dari masyarakat terhadap keberhasilan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Seperti yang disampaikan oleh informan 3, 4, 5, dan 6:

Angkasa Pura dan PKBL ini sangat membantu. Mereka sangat bagus jadi kami harap tetap seperti itu, adanya Angkasa Pura bisa terus membantu dan bermanfaat bagi masyarakat terutama seperti kami. Mereka juga pandai sekali menjalin silaturahmi dan pendekatan dengan kami. Selain adanya dua bidang program ini, semua staf dan manajer Angkasa Pura yang kami kenal sangat ramah dan baik. Membantu kita dalam kerjasama ini, jadi bukan hanya dikasih bantuan terus biarkan kita survive sendiri tapi kita juga diberi pembinaan. Kami menilai PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang dari kinerja dan operasional mereka yang sangat baik.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan dan pengimplementasian CSR yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan berjalan dengan baik. Melalui penilaian yang diberikan masyarakat dapat menimbulkan kesan positif bagi PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang dalam upaya mempertahankan citra perusahaan.

Sejak berdirinya perusahaan, PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari telah menjalankan Program Kemitraan dan Lingkungan sebagai wujud tanggung jawab dan kontribusi kepada masyarakat.

Dalam kajian konseptual, terdapat 6 (enam) jenis *Corporate Social Responsibility* menurut Kotler dan Lee (Semuel & Wijaya, 2008) yakni; *Cause Promotion, Cause Related Marketing, Corporate Social Marketing, Corporate Philanthropy, Community Volunteering, dan Socially Responsible Business*

Practice. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan PKBL termasuk dalam *Corporate Philantrophy*, yang mana merupakan inisiatif perusahaan yang memberikan kontribusi dalam bentuk sumbangan, donasi/amal, pemberian bantuan pelayanan kesehatan, hingga pemberian beasiswa pendidikan bagi masyarakat. Dalam *Corporate Philantrophy*, pelaksanaan CSR dilakukan secara berkesinambungan, tidak hanya berhenti pada pemberian bantuan namun selalu diadakan pengawasan selama periode tersebut.

Pelaksanaan implementasi CSR yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang melalui beberapa tahapan agar implementasi CSR dapat berjalan dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang terdiri atas 4 (empat) tahap, yaitu:

- 1) Tahap Perencanaan
Terkait proses perencanaan program CSR, PT. Angkasa Pura 1 terlebih dahulu melakukan pra-survei lapangan untuk melihat kondisi lapangan dan mencari tahu apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar, kemudian merencanakan program CSR yang tepat untuk diberikan pada masyarakat bersangkutan.
- 2) Tahap Pelaksanaan
Setelah tahap perencanaan dianggap telah matang, setelah pengajuan disetujui oleh kantor pusat PT. Angkasa Pura El Tari baru akan mulai melakukan pencairan dana atau melaksanakan program tersebut kepada mitra sasaran. Selain hibah bantuan dana, pelaksanaan PKBL juga diaplikasikan dalam bentuk pemberian pembinaan dan pelatihan manajemen usaha, serta promosi untuk mendukung perkembangan usaha mitra binaan.
- 3) Tahap *Monitoring*
Selama proses berjalannya program, PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang terus melakukan *monitoring* dengan bekerjasama dengan pihak penerima bantuan untuk mengawasi sejauh mana program tersebut memberikan dampak bagi mitra binaan, memberikan laporan atau masukan apabila terjadi kendala selama program CSR tersebut berjalan. Selain itu *monitoring* juga dilakukan untuk menghindari terjadinya hal yang tidak diinginkan seperti kecurangan atau penggunaan dana bantuan yang tidak semestinya.
- 4) Tahap Pelaporan
Tahapan ini baru akan dikerjakan setelah program kemitraan dan bina lingkungan selesai dilaksanakan. PT. Angkasa Pura 1 Bandara El tari Kupang akan menyusun laporan terkait pelaksanaan PKBL yang kemudian akan dijadikan arsip perusahaan ataupun diserahkan kepada pihak yang berkepentingan. Pada tahapan ini juga akan dilakukan evaluasi apakah program tersebut berhasil atau harus diperbarui dengan lebih maksimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh (Yusuf, 2007) yang menjelaskan perusahaan-perusahaan yang telah berhasil dalam melaksanakan CSR menggunakan tahapan implementasi, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, tahap *monitoring*/pengawasan, dan tahap pelaporan. Dalam pelaksanaan PKBL tidak terlepas dari jalinan silaturahmi atau komunikasi secara langsung terhadap masyarakat sekitar dan mitra-mitra binaan untuk mendapatkan respon yang baik juga untuk citra perusahaan PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang.

Implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang memberikan dampak yang positif bagi citra perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang sendiri mempunyai citra yang baik yang diperoleh dari semua program CSR yang dilakukan. Citra ini terbentuk melalui persepsi masyarakat dari keberhasilan CSR yang telah dilakukan dan tanggapan juga apresiasi dari masyarakat penerima manfaat. Kinerja dan penampilan diri para profesional perusahaan dalam memberikan berbagai bentuk kualitas layanan memberikan kesan yang baik dan menyenangkan.

Citra sendiri merupakan aset penting dari suatu perusahaan, citra atau *image* yang baik sangat mutlak diperlukan maka dari itu citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif. Seperti yang diungkapkan oleh Bill Canton (Ardianto, 2014) bahwa "citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari *public* terhadap perusahaan, kesan dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, atau organisasi." Jadi citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Pelaksanaan CSR oleh PT. Angkasa Pura El Tari, kualitas pelayanan yang diberikan, kinerja profesional perusahaan, kemudian membentuk persepsi yang lalu menghadirkan kesan dan penilaian yang positif dari masyarakat. Hasil penelitian ini diperkuat oleh pendapat Untung dalam (Aryawan et al., 2017) yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR dapat berpengaruh dalam mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra perusahaan.

Frank Jefkins (Imran, 2012) mengatakan bahwa dalam suatu lingkup perusahaan terdapat beberapa jenis citra; yaitu citra cermin (*mirror image*), citra kini (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), citra majemuk (*multiple image*), dan citra penampilan (*performance image*). Dari hasil penelitian ini kemudian ditemukan bahwa dalam lingkup PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang terdapat 2 jenis citra yaitu *wish image* (citra yang diharapkan) dimana citra ini seperti apa yang ingin dicapai oleh perusahaan agar memperoleh kesan yang selalu positif dari publik, dan *corporate image* (citra perusahaan secara keseluruhan) dimana citra ini bukan hanya citra atau pandangan terhadap pelayanan dan jasa yang diberikan namun terbentuk dari banyak hal seperti kinerja pihak internal dan profesional perusahaan.

Seperti yang telah dipaparkan pada bagian kajian teoritis, penelitian ini menggunakan Teori Stimulus-Respon yang menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi (Stimulus) dan reaksi (Respon) dengan asumsi bahwa “segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan non verbal dapat menimbulkan respons tertentu” (Mulyana, 2008). Menjalin komunikasi dan membangun relasi yang baik merupakan bentuk pengaplikasian stimulus yang diberikan PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang terhadap mitra binaan dan memperkenalkan program kemitraan dan bina lingkungan kepada para calon mitra binaan yang memenuhi kriteria sebagai penerima bantuan kemitraan maupun bina lingkungan. Setelah terbentuknya relasi yang baik kemudian dilaksanakan kegiatan PKBL kepada masing-masing masyarakat yang telah bermitra dengan PT. Angkasa Pura 1 El Tari.

Setelah stimulus diterima, maka timbullah persepsi atau penerimaan dari masyarakat mitra binaan PKBL bahwa PT. Angkasa Pura telah menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik. Dan dari implementasi PKBL tersebut masyarakat menanggapi dan memberikan respon yang baik. Respon yang dihasilkan berupa kesan dan penilaian dari mitra penerima manfaat CSR tersebut. Respon dari masyarakat mengakui bahwa melalui pelaksanaan PKBL, PT. Angkasa Pura sudah memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat.

Kesan dan penilaian yang telah dijabarkan pada hasil penelitian juga menunjukkan bahwa stimulus yang diberikan melalui implementasi PKBL berhasil karena mendapat respon yang positif dari masyarakat. Hal ini sangat mendukung dalam upaya mempertahankan citra perusahaan. Citra positif yang telah terbentuk kemudian semakin meningkat dengan adanya pengakuan dari masyarakat yang telah menerima manfaat dari program kemitraan dan bina lingkungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan dan implementasi CSR berperan aktif dalam meningkatkan dan mempertahankan citra dan kredibilitas perusahaan. Ini dibuktikan dengan adanya kesan positif dan penilaian positif yang diberikan masyarakat, yang kemudian semakin meningkatkan citra perusahaan. Dari implementasi CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, masyarakat menilai bahwa PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang sudah memberikan kontribusi yang baik dan bertanggungjawab untuk turut membangun lingkungan sekitar.

Penelitian ini menemukan temuan yang sama dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rita (Rita, 2019). Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh penulis, pelaksanaan CSR yang tinggi dan secara berkesinambungan tentu saja dapat mendongkrak citra perusahaan dan mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Hasil penelitian ini juga kemudian sejalan dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh Mayasari (Mayasari, 2020) yang mengatakan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan, dan hasil penelitian Alfian dan Rahayu (Alfian & Rahayu, 2019) yang menunjukkan bahwa selain pemberian bantuan pendanaan kepada UMK ternyata program CSR Bank UMKM Jatim juga memberikan pelatihan dan pembinaan yang kemudian dapat membantu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat UKM binaan.

Penelitian lain yang menemukan hasil yang sama juga disampaikan oleh Nurjanah & Rizky (Nurjanah & Rizky, 2019) yang mencoba mengkaji pengaruh dari CSR terhadap citra perusahaan dan data yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel CSR 40,2% berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas sumber daya manusia, budaya perusahaan, visi misi perusahaan, hingga kesejahteraan karyawan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah implementasi CSR yang dilaksanakan merupakan hasil dari stimulus yang kemudian menimbulkan penerimaan dan respon yang baik oleh masyarakat sebagai mitra binaan PKBL, dan menumbuhkan persepsi bahwa perusahaan telah memberikan kontribusi yang baik kepada lingkungan dan masyarakat. Respon positif yang diberikan masyarakat terhadap keberhasilan perusahaan dalam implementasi CSR yang dilaksanakan kemudian pada akhirnya berdampak pada citra perusahaan. Melalui kesan dan penilaian positif, akan

terbangun citra perusahaan yang positif. PT Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang memiliki citra yang baik dimata masyarakat berkat pelaksanaan PKBL, dan dengan pelaksanaan yang berkesinambungan maka citra yang terbentuk bisa dipertahankan bahkan bisa lebih baik lagi.

Saran yang peneliti berikan kepada pihak internal PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari agar terus mempertahankan kinerja dan pelayanan yang baik yang sudah dibangun selama ini, agar tetap menjadi instansi yang dipercaya oleh publik dan masyarakat luas.

5. REFERENSI

- Alfian, N., & Rahayu, R. P. (2019). Implementasi Program CSR dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Pengembangan UKM di Pamekasan. *Aktiva: Jurnal Akuntansi Dan Investasi*, 4(2), 188-197.
- Ardianto, E. (2014). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. In CV. *Simbiosa Rekatama Media*.
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). Dasar-dasar public relations. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Aryawan, M., Rahyuda, I. K., & Ekawati, N. W. (2017). *Pengaruh faktor corporate social responsibility (aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan) terhadap citra perusahaan*. Udayana University.
- Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- Imran, M. (2012). Peran public relations pada program CSR dalam rangka meningkatkan citra positif perusahaan. *Jurnal LPPM: Paradigma*, 9(01), 127-139.
- Mayasari, M. (2020). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN MANAJEMEN LABA TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2014-2018)*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Moleong, J. (2009). *Lexy. Metodologi Penelitian Kualitatif*, 107-108.
- Mulyana, D. (2008). Ilmu Komunikasi Komunikasi Suatu Pengantar. *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Nurjanah, N., & Rizky, D. (2019). PENGARUH PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP CITRA PT. PLN KOTA PEKANBARU. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 8(2), 54-70.
- Pura, A. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Bantuan CSR Angkasa Pura*. <https://ap1.co.id/id>
- Purnama, S. (2016). Metode penelitian dan pengembangan (pengenalan untuk mengembangkan produk pembelajaran bahasa Arab). *LITERASI (Jurnal Ilmu Pendidikan)*, 4(1), 19-32.
- Rita, R. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(1), 29-35.
- SARI DEWI, R. (2009). *AKTIVITAS CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI BAGIAN PROGRAM PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (Studi pada Eksternal Relations dan Community Development VICO Badak)*. University of Muhammadiyah Malang.
- Semuel, H., & Wijaya, E. (2008). Corporate social responsibility, purchase intention dan corporate image pada restoran di Surabaya dari perspektif pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(1), 35-54.
- Sultoni, M. H. (2021). *Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan)*. Duta Media.
- Suwandi, S., Sularso, A., & Suroso, I. (2015). Pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pos ekspres di kantor pos Bondowoso dan Situbondo. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 14(1).
- Yusuf, W. (2007). *Membedah konsep dan aplikasi CSR*. Gresik: Faseho Publishing.