

**Analisis Strategi Corporate Social Responsibility (CSR)  
Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan dan Kesejahteraan Masyarakat  
PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat**

**Sukaina Abir Silvia, Lia Nirawati**  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
21042010109@student.upnjatim.ac.id, lianirawati@gmail.com

**ABSTRACT**

*Corporate Social Responsibility (CSR) is a social responsibility that must be carried out by companies in Indonesia in accordance with government regulations and corporate actions in empowering the community and improving the quality of life and the community environment which can improve the corporate's image. This research aims to determine the Corporate Social Responsibility (CSR) strategy of PT PLN (Persero) UP3 West Surabaya to improve the corporate's image and community welfare. The approach used in this research is descriptive qualitative with data collection techniques using interviews, documentation, observation and literature study. The analysis technique used in this research uses the Miles and Huberman Model data analysis technique which consists of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. Based on the research results, the Corporate Social Responsibility (CSR) strategy implemented by PT PLN (Persero) UP3 West Surabaya is the Light Up The Dream Program, Thematic Village Program, PLN Mobile Village (PLN Mobile Ambassador), and the PLN UP3 West Surabaya YBM Program. Overall, the PT PLN UP3 West Surabaya CSR program plays a role in improving the corporate's image and community welfare.*

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Corporate Image, and Community Welfare

**ABSTRAK**

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial yang harus dilakukan oleh perusahaan di Indonesia sesuai regulasi pemerintah dan tindakan perusahaan dalam memberdayakan masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup serta lingkungan masyarakat yang dapat meningkatkan citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Corporate Social Responsibility (CSR) PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat untuk meningkatkan citra perusahaan dan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi, observasi, dan studi kepustakaan. Pada teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data Model Miles dan Huberman yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian, strategi Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat yakni Program Light Up The Dream, Program Desa Tematik, Kampung PLN Mobile (Duta PLN Mobile), dan Program YBM PLN UP3 Surabaya Barat. Secara keseluruhan program CSR PT PLN UP3 Surabaya Barat berperan dalam peningkatan citra perusahaan dan kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** Corporate Social Responsibility, Citra Perusahaan, dan Kesejahteraan masyarakat

## PENDAHULUAN

Dalam sebuah perusahaan tentu tidak terlepas dari masyarakat. Produk baik barang maupun jasa perusahaan juga dipasarkan kepada masyarakat sebagai target pasar dan konsumen atau pengguna produk tersebut. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki hubungan baik dengan masyarakat luas karena pendapat dan perilaku masyarakat dapat mempengaruhi operasional atau proses bisnis suatu perusahaan. Hal tersebut diperkuat juga dengan perkembangan bisnis yang dulunya lebih memperhatikan dalam pendapatan laba perusahaan semaksimal mungkin, namun seiring waktu perusahaan diwajibkan untuk memenuhi tanggung jawab lingkungan dan sosial. Perusahaan harus memahami kesadaran bahwa perlu menjalin komunikasi dengan masyarakat untuk mencegah konflik agar menjaga kegiatan produksi tetap berjalan seperti yang direncanakan dan berkelanjutan.

Tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat merupakan *Tanggung Jawab Sosial* atau *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah upaya perusahaan dalam bentuk kepedulian terhadap masyarakat (Harahap, 2019 dalam Zahwa D.P & Anggraini C, 2023). Perusahaan – perusahaan di Indonesia memiliki kewajiban untuk memenuhi *Tanggung Jawab Sosial* sesuai regulasi pemerintah dalam Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) Nomor 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas (PT) dan UU RI Nomor 25 Tahun 2007 mengenai UU Perseroan Terbatas yang menjabarkan bahwa setiap Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya pada bidang yang bersangkutan dengan sumber daya alam (SDA) diwajibkan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan CSR tersebut, perusahaan dapat membentuk benak positif masyarakat terkait citra perusahaan dan kegiatan atau proses bisnis dengan program-program CSR yang dijalankan.

*Tanggung jawab sosial/corporate social responsibility* merupakan program sukarela perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena berfokus pada masalah sosial, lingkungan dan ekonomi sekitar (Endah dkk, 2021 dalam Afriani dkk, 2023). Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan tanggung jawab sosial karena jika terjadi konflik atau penolakan dari masyarakat dan lingkungan akan berdampak negatif pada keberlanjutan perusahaan karena masyarakat yang memiliki stigma dan pandangan buruk pada suatu perusahaan akan memiliki kecenderungan untuk menolak eksistensi dan menghambat operasional perusahaan. Menurut Nayenggita et al (2019) dalam (Mustofa A.W & Trisnarningsih S., 2022), CSR merupakan komitmen bisnis dengan melakukan tindakan etis, operasional yang legal, dan berkontribusi dalam menciptakan dan meningkatkan kualitas hidup sumber daya manusia baik masyarakat sekitar maupun publik yang luas.

Tak hanya itu, tanggung jawab sosial juga merupakan strategi perusahaan untuk meningkatkan citra mereka di mata publik. Citra perusahaan merupakan hal – hal mengenai perspektif masyarakat terhadap suatu perusahaan yang diharapkan perusahaan dapat dikenal dan diterima serta terpancipositif oleh publik. Hal

tersebut selaras dengan pendapat (Minarsih et al, 2020 dalam Mustofa A.W & Trisnaningsih S., 2022) bahwa CSR berpengaruh terhadap citra perusahaan karena dengan melakukan kegiatan kepedulian kepada masyarakat dapat meningkatkan atau mengubah citra negatif menjadi citra positif perusahaan. Pelaksanaan CSR juga meningkatkan citra hingga reputasi perusahaan dalam kurun waktu yang panjang karena tidak hanya membuktikan kontribusi ke *stakeholder* namun juga meningkatkan daya saing yang kompetitif sebagai bentuk strategi perusahaan dalam mempertahankan eksistensi melalui peningkatan citra perusahaan (Setyoastuti & Saragih, 2021 dalam Mustofa & Trisnaningsih, 2022). Oleh karena itu, citra perusahaan harus terus ditingkatkan agar persepsi masyarakat terhadap suatu bisnis atau perusahaan secara positif dan selalu diingat oleh masyarakat sebagai produk pertama yang dibenak mereka saat ingin membeli sesuatu.

Penerapan CSR juga tentunya salah satu tujuan utamanya adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan melakukan *corporate social responsibility*, perusahaan dapat membantu dan meningkatkan masyarakat dalam bidang fisik, sosial, budaya hingga ekonomi mereka menjadi berdaya dan kompeten sehingga merasa terbantu dalam meningkatkan kesejahteraan (Sumaryo dalam Kurniawan N. & Hidayat A., 2021). Masyarakat yang mendapatkan bantuan dari orang lain akan memiliki kecenderungan memandangnya positif karena sebagai bentuk balas budi dan apresiasi atas rasa kemanusiaan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial akan mendapatkan persepsi yang baik dari masyarakat karena bantuan yang diberikan serta mereka juga akan cenderung memilih dan mendukung kegiatan bisnis perusahaan tersebut.

PT PLN (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara dalam industri kelistrikan dengan beberapa kegiatan atau proses bisnis yang dilakukan seperti pembangkitan, transmisi, distribusi, dan jasa lainnya mengenai kelistrikan. PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat termasuk dalam bagian Unit Induk Distribusi (UID) Jawa Timur sebagai bentuk pembagian wilayah pelayanan PLN yang lebih kecil agar pelayanan yang diberikan lebih baik dan terfokus kepada masyarakat lingkup tersebut. PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat merupakan Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan yang berfokus pada pelaksanaan pelayanan yang berada di wilayah Surabaya Barat dan lingkup ULP (Unit Layanan Pelanggan) dibawahnya yakni wilayah atau rayon Taman, Karangpilang dan Menganti. PT PLN (Persero) khususnya UP3 Surabaya Barat tentu melakukan CSR karena sebagai BUMN memiliki program wajib TJSL berupa Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Pada UP3 Surabaya Barat juga melakukan program TJSL tersebut dan program-program CSR program mereka sendiri dalam meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Analisis Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan dan Kesejahteraan Masyarakat PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat” karena untuk mendalami dan mendeskripsikan strategi CSR yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat yang dapat

meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pada lingkup Surabaya Barat dan lingkup ULP Taman, Menganti dan Karangpilang.

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Dalam hal ini, deskriptif merupakan penelitian dalam bentuk pembahasan dengan menjelaskan hubungan antara perusahaan terhadap masyarakat dengan menjelaskan dan mendeskripsikan data dalam uraian kata-kata dan gambar tanpa melibatkan angka. Menurut Suharsimi (dalam Oktina dkk, 2020), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendalami dan menjelaskan makna sehingga peneliti tidak menguji hipotesis antara variabel namun untuk mendeskripsikan secara mendalam strategi *corporate social responsibility* (CSR) yang dijalankan oleh PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat dalam meningkatkan citra perusahaan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan metode penelitian tersebut maka teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Sedangkan, pada pengumpulan data sekunder yang beracuan menggunakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya seperti studi kepustakaan seperti dokumen-dokumen, buku-buku, penelitian jurnal dan lain sebagainya.

Tak hanya itu, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data Model Miles dan Huberman dengan beberapa tahap yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan baik data primer maupun sekunder. Reduksi data dilakukan dengan mengambil inti sari data dan memfokuskan pada hal yang penting. Penyajian data dilakukan dengan menyajikan data yang telah direduksi dalam bentuk tabel grafik atau narasi karena lebih terorganisasi dan mudah dipahami. Fase terakhir yakni penarikan kesimpulan. Dalam menarik kesimpulan penelitian ini, penulis melakukan penarikan garis lurus atau kesimpulan dari seluruh data yang terkumpul dengan hasil kesimpulan yang kredibel dan kuat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat berpijar pada Kebijakan PT PLN (Persero) yang melakukan proses bisnis dengan fokus pada *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang membentuk perusahaan berkelanjutan pada empat pilar integrasi yakni ekonomi, sosial, lingkungan dan tata kelola. PLN memiliki misi menjadi perusahaan energi yang berwawasan lingkungan sehingga memiliki program TJSI (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) dalam *Community, Involvement, dan Development* (CID) dengan orientasi pembangunan keberlanjutan berupa pengembangan masyarakat untuk meningkatkan kualitas masyarakat dan lingkungan. Pelaksanaan strategi pengembangan komunitas masyarakat dengan program PLN Peduli yang berpijar pada **sosial** (pemenuhan hak dasar manusia dan

meminimalisir kesenjangan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat), **ekonomi** (upaya untuk mencapai pertumbuhan ekonomi dengan memberikan peluang kerja dan usaha, inovasi, industri, infrastruktur memadai, pengembangan UMK dan membuka lapangan pekerjaan), **lingkungan** (menciptakan lingkungan yang berkelanjutan sebagai ekosistem penting kehidupan, dan **tata kelola** (merancang kegiatan perusahaan baik kebijakan, standar, budaya, penyingkapan informasi dan proses upaya keberlanjutan).

Program PLN dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* atau *Community Development* adalah bentuk pemenuhan kewajiban atau kebijakan perusahaan mengenai kontribusi sosial kemasyarakatan dan komunitas dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditentukan agar kegiatan terjalin dengan baik dan memberikan efek sesuai prediksi. PLN sendiri memiliki target khusus terhadap program pemberdayaan masyarakat (CSR) dengan melibatkan UMKM dan komunitas masyarakat sebagai penerima manfaat. Tak hanya itu, PLN juga melakukan pengukuran guna mengetahui dampak keberhasilan program CSR agar dapat dipahami melalui nilai indeks kepuasan masyarakat (IKM) DAN *social return of investment* (SROI). Hal yang mendominasi PLN melakukan CSR adalah Indonesia mengatur UU bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat baik sekitar maupun luas dan lingkungan menerima dan mendukung kegiatan operasional PT PLN (Persero) khususnya UP3 Surabaya Barat. Hal tersebut selaras dengan pengertian mengenai CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mengelola bisnis dengan pertimbangan kepentingan dari beberapa pihak seperti lingkungan, karyawan, dan masyarakat sekitar perusahaan.

PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat merupakan salah satu perusahaan regional PLN yang melakukan aktivitas *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dengan beberapa program yang bertujuan untuk meningkatkan pengembangan masyarakat dan meningkatkan kualitas kehidupan mereka. Strategi merupakan perencanaan yang terstruktur untuk mencapai suatu tujuan. Strategi tanggung jawab sosial dan lingkungan PLN UP3 Surabaya Barat memiliki beberapa program dengan tema dan makna yang berbeda-beda. Dalam pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat melakukan rapat secara internal terlebih dahulu dengan pembahasan dan perencanaan mengenai segala urusan program CSR agar pelaksanaan programnya lebih efektif, efisien dan dampaknya lebih besar kepada masyarakat. Tak hanya itu, kegiatan program CSR tersebut juga diberitahukan kepada seluruh sumber daya manusia pada UP3 Surabaya Barat dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan seluruh SDM sehingga pelaksanaan kegiatan tersebut dapat dilaksanakan dengan dukungan dan kontribusi seluruh aspek SDM perusahaan.

Program pertama dalam *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial pada PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat adalah program *Light Up The Dream*. *Light Up The Dream* merupakan program pemberdayaan masyarakat dengan memberikan bantuan penyambungan listrik atau bantuan listrik kepada masyarakat

dalam cakupan Surabaya Barat. Program *Light Up The Dream* merupakan program donasi oleh pegawai PLN yang diharapkan dapat membantu masyarakat kurang mampu dalam mendapatkan listrik dalam cakupan UP3 Surabaya Barat khususnya yang belum pernah menikmati layanan listrik karna beberapa hal personal. Dengan program ini, diharapkan listrik yang diberikan kepada masyarakat sasaran dapat bermanfaat dan penunjang kegiatan kehidupan sehari-hari masyarakat. Pada pelaksanaan setiap program *Light Up The Dream*, UP3 Surabaya Barat dapat memberikan bantuan listrik gratis sebanyak 1-9 warga kurang mampu hingga total daya bantuan yang diberikan sekitar 8.100 kVA. Masyarakat-masyarakat yang menerima bantuan pemasangan listrik dari UP3 Surabaya Barat banyak mengaku bersyukur atas kesempatan menikmati listrik dan berterima kasih kepada UP3 Surabaya Barat karena mayoritas mereka sebelumnya listriknya menyalur dari tetangga yang tentunya tidak efektif. Program ini juga termasuk pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup dengan listrik yang diberikan dapat menciptakan peluang membuka usaha yang dapat meningkatkan perekonomian keluarga ke depannya.

Program kedua dalam *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial UP3 Surabaya Barat melalui unit layanan pelanggan (ULP) Karangpilang dengan meresmikan program Desa Tematik khususnya di Griya Kebraon Utama RW 10, Kecamatan Karangpilang, Surabaya. Program Desa Tematik merupakan wujud PLN dalam pengembangan kawasan dan ekonomi masyarakat pedesaan dengan kriteria desa yang berkembang dan memiliki potensi usaha sehingga PLN berupaya menyokong pergerakan roda perekonomian masyarakat sekitar UP3 Surabaya Barat. Desa Griya Kebraon Utama RW 10 memiliki potensi budaya yang tinggi karena mereka mempunyai budidaya lele yang diolah menjadi abon hingga ternak kambing etawa. PLN UP3 Surabaya Barat memberikan beberapa bantuan yakni bantuan pemasangan baru listrik gratis di warung UMKM, Pembangunan gapura hingga lampu hias untuk meningkatkan suasana desa tersebut. Tujuan program ini adalah untuk mengembangkan kawasan dengan mendorong masyarakat pedesaan untuk lebih produktif dengan dan pemanfaatan listrik untuk kehidupan sehari-hari yang lebih baik.

Program *corporate social responsibility* UP3 Surabaya Barat menciptakan Duta PLN Mobile dengan melakukan peresmian Kampung PLN Mobile di Kelurahan Jambangan RW 05. Program Kampung PLN Mobile merupakan program yang memudahkan urusan kelistrikan khususnya warga Jambangan dengan upaya meningkatkan kualitas hidup dan mendukung perkembangan ekonomi di daerah tersebut. Peresmian ini merupakan komitmen PLN dalam menyediakan layanan listrik yang mudah diakses oleh seluruh masyarakat dengan dunia digitalisasi pada aplikasi PLN Mobile yang memudahkan urusan kelistrikan baik bayar listrik, tambah daya hingga pelaporan gangguan dalam aplikasi tersebut. Tujuan utama program ini adalah menularkan manfaat fitur-fitur PLN Mobile dan menularkannya kepada warga lainnya. Pada program ini UP3 Surabaya Barat melalui ULP Taman memberikan pemberdayaan berupa pembangunan gapura, penghiasan kampung dengan tanaman

dan hiasan baik graffiti keunggulan Apps PLN Mobile dan hiasan lainnya yang mempresentasikan PLN Mobile serta pemberdayaan lainnya.

Program CSR selanjutnya yang dilakukan oleh UP3 Surabaya Barat adalah dengan adanya YBM PLN (Yayasan Baitul Maal PLN). YBM PLN dulunya LAZIS PLN yang merupakan Lembaga amil zakat berbasis korporat untuk menghimpun dana zakat, infak, shodaqoh dan wakaf yang dimanfaatkan untuk pemberdayaan Mutahik di Indonesia. Visi dari YBM PLN adalah menjadi Lembaga pengelolaan zakat, infak dan shodaqoh terdepan yang amanah, profesional dan transparan di lingkungan PT PLN (Persero) dalam pemberdayaan masyarakat (mustahik menjadi muzaki). Misi mereka sendiri adalah melakukan pengelolaan ZIS sesuai visi, mengoptimalkan potensi ZIS pegawai PT PLN (Persero) yang beragama Islam hingga muzakki yang lain dan menyebarkan informasi, memberikan kompetensi, memberdayakan dan memberikan binaan kepada mustahik dan masyarakat luas.

YBM PLN UP3 Surabaya Barat dalam kepengurusannya dikelola oleh pegawai UP3 Surabaya Barat sendiri memiliki beragam program yang tergolong *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial yakni kegiatan-kegiatan dalam konteks memberdayakan atau meningkatkan kualitas sosial, ekonomi, lingkungan dan tata kelola masyarakat sekitar maupun publik yang luas sebagai berikut:

1. Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat dengan Mitra Cahaya

YBM UP3 Surabaya Barat memberikan pemberdayaan ekonomi terhadap masyarakat yang membutuhkan dengan potensi ekonomi yang baik dan harus didukung untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dalam mitra Cahaya ini, YBM mencari pedagang kecil yang kurang mampu dan berpotensi untuk diberi bantuan ekonomi dapat berupa gerobak baru dan pendampingan untuk meningkatkan penjualan mereka. Dengan program ini, banyak pedagang kecil yang kurang mampu merasa bersyukur dan terbantu karena berkat bantuan yang diberikan dapat meningkatkan perekonomian keluarga dan kualitas hidup. Tak hanya itu, YBM UP3 Surabaya Barat juga melakukan program borong pahala dengan membeli seluruh dagangan Mitra Cahaya yang kemudian dibagikan kepada jamaah sholat Jumat sehingga dapat meningkatkan taraf hidup penjual.

2. Program Bidik Selesaikan Tunggakan untuk Naikkan Kesejahteraan

Dalam program ini, YBM UP3 SBB mencari masyarakat yang kurang mampu khususnya mengalami penurunan ekonomi dampak pandemi Covid. Salah satunya yakni membantu pelunasan tunggakan BPJS salah satu warga Taman yang tidak terbayarkan selama 5 tahun baik dari tunggakan dan denda yang belum terbayarkan. Program tersebut juga diharapkan dapat bermanfaat dan membantu keluarga tersebut karena sang ibu sedang hamil dan terbantu biaya persalinannya.

3. Donasi Pakaian Layak Pakai bersama PIKK

YBM PLN UP3 Surabaya Barat bersama dengan Persatuan Istri Karyawan dan Karyawati (PIKK) memberikan bantuan donasi pakaian layak

pakai kepada warga Dusun Pucukan, Sidoarjo sebagai bentuk kepedulian kebutuhan dasar masyarakat. Program “Bongkar, Bersihkan, Sedekahkan” tidak hanya memberikan donasi pakaian layak pakai tetapi juga tali asih yang berguna berupa kebutuhan pokok sehari-hari masyarakat desa tersebut sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka sebagai peran sosial PLN khususnya UP3 Surabaya Barat.

#### 4. Bantuan Pendidikan

YBM PLN UP3 Surabaya Barat memiliki program bantuan dalam memberikan kesempatan pendidikan yang merata kepada masyarakat yang kurang mampu agar dapat meningkatkan kualitas hidup melalui pendidikan. YBM UP3 SBB memberikan bantuan pembiayaan sekolah kembali kepada masyarakat yang putus sekolah dan membutuhkan pendidikan khususnya memebuhi program sekolah 12 tahun agar dapat meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat yang kurang mampu dengan program pendidik ke Pondok Pesantren Tahfidz Quran. Tak hanya itu, YBM UP3 SBB juga membantu melunasi tunggakan sekolah bagi yang sudah lulus agar dapat mengambil ijazahnya dan dapat mencari pekerjaan yang lebih baik menggunakan ijazah tersebut.

#### 5. Program Dukungan Disabilitas

YBM PLN UP3 Surabaya Barat melakukan program bantuan kemanusiaan kepada disabilitas menyesuaikan kebutuhan masyarakat seperti kepada disabilitas yang mengalami kanker tulang sejak sekolah menengah sehingga kaki kanannya diamputasi yang membutuhkan dengan memberikan bantuan kaki palsu kepada salah satu warga untuk menunjang kegiatan sehari-hari yang akan memasuki perguruan tinggi. Program ini berguna dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menyongsong semangat mereka dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

#### 6. Bantuan Pasang Baru Listrik pada Masyarakat Prasejahtera

YBM PLN UP3 Surabaya Barat memiliki program pemasangan listrik baru kepada masyarakat yang membutuhkan seperti salah satunya warga janda yang tidak merasakan 5 tahun tanpa listrik dengan memberi bantuan listrik dan bingkisan sembako sebagai bentuk peran sosial dalam meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan pemberdayaan mereka.

Dengan segala program *corporate social responsibility* (CSR) PT PLN (Persero) UP3 Surabaya Barat tersebut bertujuan untuk memenuhi regulasi hukum negara yang mengatur perusahaan untuk melakukan CSR, menjaga keberlangsungan pabrik karena mendapatkan benar positif dan diterima serta direspons baik dari masyarakat sekitar UP3 SBB, upaya menekan isu sosial dengan mendapatkan dukungan baik dari masyarakat agar operasional berjalan lancar karena tidak adanya konflik sosial (penolakan) dengan masyarakat, dan program CSR dapat meningkatkan citra perusahaan atau *image* yang baik oleh masyarakat sehingga mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk menggunakan produk jasa kelistrikan dan melakukan

pembelian kembali. Program CSR juga dilakukan publikasi konten baik dalam bentuk buletin maupun konten media sosial yang membuat peningkatan citra perusahaan lebih luas karena dapat diakses oleh seluruh masyarakat pengguna internet khususnya media sosial yang jangkauannya luas baik domestik maupun internasional. Dengan begitu, *corporate social responsibility* UP3 Surabaya Barat dapat tetap menjalankan bisnis dan menjaga eksistensi perusahaan berkat dukungan masyarakat untuk keuntungan perusahaan jangka panjang.

## KESIMPULAN

Strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Surabaya Barat bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dan kesejahteraan masyarakat serta pemenuhan regulasi tanggung jawab sosial yang wajib dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Citra perusahaan harus terus ditingkatkan agar persepsi masyarakat terhadap suatu bisnis atau perusahaan secara positif dan selalu diingat oleh masyarakat sebagai produk pertama yang dibenak mereka saat ingin membeli sesuatu dan hal tersebut dapat dilakukan dengan pelaksanaan CSR. Tak hanya itu, pelaksanaan *corporate social responsibility* sebagai bentuk perusahaan dalam membantu dan meningkatkan masyarakat dalam bidang fisik, sosial, budaya hingga ekonomi mereka menjadi berdaya dan kompeten sehingga merasa terbantu dalam meningkatkan kesejahteraan mereka.

Dalam strategi CSR UP3 Surabaya Barat diawali dengan perencanaan dan pengelolaan program CSR melakukan rapat internal semua pihak yang terlibat dan membuat penyaluran informasi kepada seluruh SDM perusahaan sebagai bentuk dukungan atas kegiatan tersebut. Program – program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN UP3 Surabaya Barat diantaranya yakni Program *Light Up The Dream* berupa program bantuan pemasangan listrik baru, Program Desa Tematik berupa pemberdayaan desa dengan potensi perekonomian yang tinggi dan patut untuk didukung dan dibantu, Program Duta PLN Mobile (Kampung PLN Mobile) berupa pemberdayaan kampung sebagai media promosi aplikasi PLN Mobile dan membantu perekonomian kampung tersebut, dan YBM PLN UP3 SBB yang memiliki banyak program peningkatan sejahtera masyarakat berupa pemberdayaan pedagang kecil (Mitra Cahaya), Bantuan tunggakan kesehatan BPJS masyarakat yang kurang mampu, Bantuan Donasi Pakaian layak pakai dan tali asih bagi masyarakat yang membutuhkan, Bantuan Pendidikan baik beasiswa sekolah hingga pelunasan tunggakan biaya sekolah, Program Dukungan Disabilitas seperti bantuan kaki palsu hingga Bantuan Pemasangan Listrik kepada masyarakat yang kurang mampu,

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* pada UP3 Surabaya Barat untuk meningkatkan citra perusahaan dan kesejahteraan masyarakat. Pada peningkatan citra perusahaan didapatkan oleh respons masyarakat yang menerima bantuan dan publikasi baik buletin dan konten media sosial yang dilakukan oleh UP3 Surabaya Barat yang diunggah pada akun @plnup3surabayabarat sehingga peningkatan citra

perusahaan lebih maksimal karena publikasi tersebut dapat diakses oleh seluruh aspek masyarakat yang menggunakan internet atau pengguna media sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Antong & Usman, H. (2023). Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Di Mata Masyarakat Pada PT Pratomo Putra Teknik Palopo. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7 (1). 16-26.
- Ardani, N.K.S & Mahyuni, L.P. (2020). Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Manfaatnya Bagi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17 (1). 12-23.
- Diansyah, Firda. (2023). Program CSR PT Djarum Kudus Dalam Membangun Citra Perusahaan. *Journal of Public Relations*, 1 (1). 1-23.
- Fadillah, I.N, Ayu, A.C, Adawiyah, R., Pramono, A.F. (2023). *Literature Review: Peran Corporate Social Responsibility* Dalam Meningkatkan Citra Positif Bank Syariah Di Masyarakat. *Premium Insurance Business Journal*, 10 (1). 20-28.
- Fauzi, S. & Mashur, D. (2023). Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Riau dan Kepulauan Riau. *Jurnal Ekonomika*, 12 (1). 202-209.
- Fauziah, S.R. (2019). Strategi Komunikasi Pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT PLN (Persero) UP3 Cimahi. 1-9.
- Hermawan, S.B.I, Sidharta, E.A & Andayani, E.S. (2023). *Javanese Local Wisdom-Based Corporate Social Responsibility at PT PLN (Persero) UP3 Mojokerto*. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*, 2 (3). 223-238.
- Kurniawan, N & Hidayat, A. (2021). Kegiatan CSR Pada PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Lampung Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Program *Corporate Social Responsibility* PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Lampung). *Journal Media Public Relations*, 1 (1). 6-12.
- Mustofa, A.W & Trisnaningsih, S. (2022). Studi Literatur: Urgensi Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Perusahaan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 6 (2). 809-819.
- Nisa, N.A, Safelia, N & Yetti, S. (2023). Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM (Studi Kasus PT PLN (Persero) UP3 Jambi). *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences (IJEMS)*, 1 (4). 437-448.
- Oktina, D.A, Sari, E.S, Sunardi, I.A, Hanifah, L.N & Sanjaya, V.F. (2020). Pengaruh Penerapan Strategi CSR (*Corporate Social Responsibility*) Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT Pertamina (Persero) Tahun 2018. *Kompetensi*, 14 (2). 184-202.

- Rusdian, S & Putri, A.O. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra Perusahaan (Studi Pada CV. Cemilan Kunik Garut). *Prismakom*, 16 (1), 12-20.
- Savila, D.M & Utama, L.S.S. (2023) Strategi *Corporate Social Responsibility* Dalam Pembentukan Citra Perusahaan (Studi Pada Kegiatan CSR di PT Wijaya Karya). *Prologia*, 4 (2). 288-294.
- Sultoni, Mohammad Hamim M.A.B. (2020). *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Kajian Korelasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan)*. Pamekasan: Duta Media Publishing
- Zahwa, D. P & Anggraini, C. (2023). Pengelolaan Komunikasi CSR Program *Electrifying Agriculture* dan *Marine* di Kampung Super Ekosistem (KASEF) PT PLN (Persero) UP3 Garut dalam Sudut Pandang *Media Richness Theory*.