BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) atau biasa disebut dengan Pelindo adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang logistik. PT. Pelindo adalah Perusahaan yang mengelola dan mengembangkan di Indonesia. PT. Pelabuhan Indonesia I (Persero), PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero), PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero), dan PT. Pelabuhan Indonesia IV (Persero) adalah perusahaan induk yang digabungkan untuk membentuk Pelindo. Pada awal 2023 melakukan proses yang dimana penggabungan dari transportasi bisnis yang dilakukan Kementrian BUMN. Pelindo memiliki 94 pelabuhan di 34 provinsi di Indonesia, dari Sabang hingga Merauke. Setiap pelabuhan yang dikelola oleh Pelindo memiliki peran yang signifikan dalam jaringan perdagangan internasional yang bergantung pada transportasi laut, menjadikannya salah satu BUMN yang memiliki sifat strategis. Dengan sistem transportasi yang efisien, Indonesia, negara kepulauan terbesar di dunia, dapat mengirimkan barang ke seluruh negara. Dengan memiliki 17.000 pulau dan juga memiliki berbagai kegiatan ekonomi yang tersebar di setiap pulau. PT. Pellindo diharapkan mampu mendukung kelancaran perdagangan dengan memastikan pengelolaan yang baik dan berstandar internasional.

Di Indonesia banyak berbagai bentuk Perusahaan yang bergerak di bidang logistik. Selain PT. Pelindo ada beberapa Perusahaan yang bergerak pada perniagaan maritim Indonesia di industri logistik dan transportasi antar pulau, antara lain, PT. Samudra Indonesia, PT. Pelayaran Tempuran Emas Tbk, PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna, dsb. Dari banyaknya jenis Perusahaan yang bergerak dibidang logistik, mereka mempunyai keunggulan masing- masing. Selain itu, mereka juga memiliki fasilitas serta inovasi nya tersendiri untuk terlihat berbeda dari perusahaan yang dimana bergerak pada bidang yang sama lainnya.

Tabel 1.1 perbandingan perusahaan dibidang logistik

Aspek	PT. Pelayaran Bahtera Adhiguna	PT. Samudra Indonesia	PT. Pelayaran Tempuran Emas Tbk	PT. Pelindo
Segmentasi	Fokus pada sektor pengangkutan barang, terutama pengangkutan dalam negeri dan internasional.	Fokus pada pengangkutan barang baik untuk sektor logistik dan perdagangan internasional.	Berfokus pada pengangkutan barang dan logistik domestik dengan armada yang didedikasikan untuk rute- rute tertentu.	Menyediakan layanan pelabuhan dan logistik secara keseluruhan, baik untuk pengangkutan barang domestik maupun internasional.
Target Pasar	Perusahaan yang membutuhkan layanan pengangkutan barang antar pulau atau ekspor-impor.	Perusahaan yang membutuhkan pengiriman produk dalam jumlah besar, termasuk ke luar negeri.	Usaha kecil hingga menengah yang membutuhkan layanan transportasi barang domestik dan logistik yang efisien.	Perusahaan yang membutuhkan fasilitas pelabuhan untuk pengiriman barang skala besar dan internasional.

Kehadiran di Media Sosial	Terbatas di media sosial dan mengandalkan komunikasi tradisional.	Cukup aktif di beberapa platform media sosial, seperti LinkedIn dan Facebook.	Memiliki kehadiran yang lebih terlihat di media sosial, seperti Instagram dan Facebook.	kehadiran yang sangat kuat di media sosial, terutama di platform seperti LinkedIn, Instagram, Facebook, dan Twitter. Mereka aktif mempromosikan layanan pelabuhan, berita terbaru, serta infrastruktur yang mereka miliki.
Engagement Rate	Rendah	Cukup tinggi di LinkedIn	Cukup tinggi di platform media sosial	Cukup tinggi, terutama di LinkedIn. Mereka mendapatkan banyak interaksi dari klien perusahaan besar, mitra bisnis, serta pengguna jasa pelabuhan.

(bersambung)

Strategi Pemasaran	Berfokus pada hubungan bisnis B2B (business-to-business)	Berfokus pada pengembangan hubungan bisnis dan menargetkan perusahaan-perusahaan besar.	Menggunakan strategi pemasaran yang lebih mengutamakan pemasaran visual dan branding	Strategi pemasaran yang berbasis pada kemajuan infrastruktur dan layanan yang mendukung industri logistik dan perdagangan internasional.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Menurut table di atas, PT. Pelindo dan PT. Samudra Indonesia memiliki persaingan yang ketat dibanding lainnya. Walaupun disamping itu antar dua Perusahaan tersebut juga memiliki keunggulan dan inovatif masing-masing.

Terlansir pada web https://www.pelindo.co.id/ PT. Pelindo memiliki kenaikan setelah merger, pendapatan meningkat pada tahun 2022, laba bersih meningkat sebesar 3,91 triliun dari 29,7 triliun. Dengan output 17,22 juta TEUS dan 160 juta ton non petikemas, kinerja operasional Pelindo telah ditingkatkan, yang berkontribusi pada peningkatan hasil. Menurut Group Head Sekretariat Perusahaan PT Pelabuhan Indonesia (Persero), peningkatan peringkat PT. Pelindo menunjukkan tingginya kepercayaan investor kepada PT. Pelindo serta penggabungannya, yang menguntungkan kinerja dan ekosistem logistik.

Hal ini membuat Perusahaan PT. Samudra Indonesia membuka suara tentang perubahan dari segi PT. Pelindo. Bani menyatakan, “Di Samudera Indonesia, kami merasakan semangat baru dari Pelindo semenjak merger. Diskusi menjadi lebih strategis dan dapat mencakup layanan untuk keseluruhan di berbagai lokasi kerja Pelindo.” Rabu (7/9/2022). Dari situlah bentuk Adanya perbedaan dari segi keunggulan serta kualitas antara PT. Pelindo dan PT. Samudera yang kerap kali dijadikan persaingan. Karena keduanya memiliki segmentasi pasar hingga startegi pemasaran yang sama-sama unggul. Perusahaan BUMN memang selalu menjadi Perusahaan yang memiliki branding menciptakan identitas perusahaan yang berbeda dibenak Masyarakat dan audiens target. Dengan itu menjadi salah

satu menjadi kunci untuk memperkuat posisi strategis Perusahaan. Pelindo juga menggunakan strategi yang dilakukan PR dalam beberapa kegiatan CSR untuk upaya membangun branding yang positif dan nilai citra yang baik terhadap masyarakat. Selain itu CSR juga memberikan beberapa sarana pada masyarakat lokal dari kegiatan perusahaan, pekerjaan, pendidikan loka, kondisi kerja, dan juga perawatan kesehatan Nasrul .Z, Aulian Adamy, Wardianti & Taufik (2024). Membahas mengenai citra, pelindo lebih dikenal sebagai BUMN yang hanya berfokus pada operasional pelabuhan dan logistik, pengelolaan infrastruktur pelabuhan skala nasional yang dimana termasuk bongkar muat barang dan terminal peti kemas, dan kurangnya dikenal dalam peran pemberdayaan UMK atau mendorong ekspor produk lokal. Pelindo dianggap memiliki citra korporat yang teknis dan bisnis-to-business (B2B), dengan sedikit keterlibatan langsung ke masyarakat atau UMK. Program CSR yang dilakukan dengan baik atau berkelanjutan akan meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat serta manfaat bagi perusahaan dan para stakeholder. (Murad, 2020).

Dengan itu, Pelindo melakukan beberapa aktivitas PR (*Public Relations*), diantaranya kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti Komunikasi Internal, Branding, dan Citra Perusahaan, Pengelola *Event dan Sponsorship*. Pada kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mempertahankan hubungan yang baik antara bisnis dan masyarakat sekitarnya, program tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan berfokus pada keuntungan masyarakat daripada keuntungan perusahaan pribadi. (Untara; et al., 2022) mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau tanggung jawab perusahaan (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak keputusan masyarakat dan lingkungan.

Penggunaan CSR dapat membantu perusahaan, oleh karena itu harus dilakukan secara berkelanjutan (Mutmainah & Arief, 2024). Selain itu, CSR sendiripun memiliki peran penting untuk sebuah Perusahaan (Ramadanti et al., 2024). Negative atau positif nya sebuah Perusahaan dinilai bagaimana dari setiap kebijakan dan langkah yang diambil. Akibatnya, CSR akan mempengaruhi tanggung jawab perusahaan dengan dampak positif pada lingkungan., menurut susiloadi (2008) dikutip dalam (Dwi & Lestari, 2021)Dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, program CSR hanya diatur dalam satu pasal, yaitu Pasal 74. Pasal 74 menyatakan bahwa perusahaan yang beroperasi di bidang atau dekat dengan sumber daya alam harus mengambil tanggung jawab sosi. al dan lingkungan. Kewajiban ini

dianggarkan dan dianggap sebagai biaya bisnis. Untuk mendukung inisiatif Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan mengambil tindakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan memberikan manfaat kepada masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya (Henni Adlini Hasibuan, 2023). Kegiatan CSR Pelindo bertujuan untuk mendorong hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan masyarakat dan mendorong pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Pelindo memiliki CSR dengan berbagai banyak program di dalamnya, antara lain:

a. Program Pelindo Berbagi: Program Sosial dari Pelindo
b. Program Pelindo Mengajar: Program yang mana melibatkan pengajar dari Pelindo itu sendiri untuk mengajar siswa di sekolah
c. Program TJSL daur ulang sampah plastik: Program yang memberikan pouch dari botol plastik hasil daur ulang kepada siswa
d. Program Bina Lingkungan: Program yang memberikan bantuan kepada korban bencana alam, pendidikan, perawatan kesehatan, dan fasilitas umum.
e. Program Pemberdayaan Masyarakat: Program yang meliputi bantuan untuk UMKM, Revitalisasi *Money*, bantuan untuk nelayan, dan juga renovasi dermaga.
f. Program TJSL Bidang Pendidikan: Program yang bertujuan untuk pemerataan pendidikan berkualitas

Salah satunya program CSR yang dijalankan oleh Pelindo adalah “Gedor Ekspor” yang termasuk sebagai salah satu program Pemberdayaan Masyarakat Pelindo. Program ini bertujuan memperkuat kewirausahaan berorientasi ekspor dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMK (Mendrofa & Lase, 2025). Program Inkubasi Usaha Pandu Gedor Ekspor merupakan salah satu wujud kolaborasi BUMN antara Pelindo dan PT Sarinah (Persero). Melalui program ini, Pelindo melakukan kurasi terhadap sekitar 300 pelaku UMK dampingan, dan dari jumlah tersebut, terpilih 50 pelaku UMK yang mengikuti program inkubasi bisnis. Selama tiga hari para peserta mendapatkan berbagai pelatihan seperti peningkatan nilai produk, literasi keuangan, perlindungan merek, branding, serta perluasan akses pemasaran. “Pelaku UMK itu terbagi dalam beberapa klaster antara lain fashion, kuliner (food & beverage), seni dan kerajinan tangan, serta perhiasan," kata Group Head Sekretariat Perusahaan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Ali Mulyono, di Jakarta. "Para peserta ditargetkan mampu meningkatkan daya saing usahanya sehingga bisa memperluas pasar, baik di tingkat nasional maupun untuk tujuan ekspor,” jelas Ali Mulyono.

Program inkubasi ini diselenggarakan dalam dua batch, yaitu di Jakarta dan Bali. Batch pertama di Jakarta diikuti oleh 50 UMK terpilih, sementara batch kedua di Bali juga melibatkan 50 UMK terpilih. Untuk lokasi pada batch satu dilakukan tiga hari pelatihan yang berlangsung di Gedung Sarinah, Jakarta, para peserta juga mengikuti proses kurasi lanjutan untuk menjadi mitra usaha Sarinah. Hal itu membuat Pelindo mendapatkan tiga penghargaan sekaligus yaitu kategori *Investment Impact Measurement Leaders Award,* SROI *Excellence Award,* dan *Most Impactful Program*. Melalui program ini, Pelindo sebagai salah satu bagian dari Perusahaan BUMN ini memiliki kemampuan untuk mempromosikan bisnis kecil dan menengah (UMKM) di negara ini untuk memiliki kesempatan untuk memasarkan barang mereka yang dirancang untuk men*support* para pelaku usaha dan juga mengoptimalkan fasilitas pelabuhan dan mengurangi hambatan yang seringkali dihadapi oleh eksportir, terutama yang berskala kecil. Program ini juga Pelindo bekerjasama oleh berbagai instansi pemerintahan dan pihak swasta untuk menyediakan suatu bentuk dukungan dengan berupa pelatihan, sosialisasi, serta infrastruktur yang memadai.

Gambar 1.1 Dokumentasi Peraihan Penghargaan Oleh Pelindo

Sumber: Instagram @Pelindo

Program ini juga menciptakan inovasi dalam teknologi digital yang mana mempermudah proses ekspor, seperti aplikasi guna memantau status pengiriman barang secara real-time. Penghargaan yang diperoleh oleh Pelindo terkait program "Gedor Ekspor" itu sendiri mencermikan bahwa mereka berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung ekspor Indonesia. Tidak hanya meningkatkan volume ekspor, tetapi juga meningkatkan kompetitivitas produk Indonesia di pasar global. Selain itu, sebagai memperdayakan UMKM

untuk turut aktif terlibat dalam perdagangan Internasional.

Selain prestasi luar biasa yang telah di raih oleh Perusahaan Pelindo itu melalui penghargaan "Gedor Ekspor" yang menunjukkan komitmen Perusahaan mendukung UMKM di Indonesia jika dibandingkan dengan peusahaan lain, CSR Pelindo memiliki pendekatan yang lebih baik atau holistic, tidak hanya lingkungan, tetapi juga pemberdayaan ekonomi dan Pendidikan. Setelah adanya program Gedor Ekspor tersebut, citra pelindo mulai bergeser ke arah perusahaan yang juga peduli pada pembangunan inklusif dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, yang mana tentu saja sejalan dengan nilai-nilai Perusahaan dalam mendukung membentuknya Perusahaan lain. Perusahaan yang dapat mencapai kinerja dalam operasional ekonomi, sosial, dan lingkungan bisnisnya harus tetap menjaga keseimbangan antara tujuan keuntungan (*profit),* tujuan sosial (*people*), dan lingkungan (*planet),* atau strategi *triple bottom-line.* (Elkington, 1997).

Menurut Undang-undang No. 11 Tahun 2009, kesejahteraan sosial adalah ketika kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara terpenuhi sehingga mereka dapat hidup layak dan melaksanakan fungsi sosialnya. Negara seringkali tidak dapat memenuhi hak dan pelayanan sosialnya (Ramadhanti et al., 2025). Oleh karena itu, perusahaan harus mengambil bagian dalam pembangunan masyarakat dengan menyediakan hak dan layanan sosial melalui program CSR (Putri & Wahyudi, 2024) Dengan adanya kegiatan yang dilakukan Pelindo adalah suatu bentuk bahwa kegiatan CSR yang dibuat oleh Pelindo sukses dan membuktikan bahwa Pelindo lebih unggul dari beberapa perusahaan di bidang logistik lainnya. Selain itu meningkatkan nilai citra CSR itu sendiri dan memberikan nilai positif dipandangan masyarakat. Keberhasilan dari CSR itu sendiri tentunya akan dapat menyelesaikan masalah masyarakat saat ini (Nurozi Kisma & Ersi Sisdianto, 2024).

Sebuah perusahaan terkait erat dengan masyarakatnya, yang merupakan sekitarnya. Meskipun perusahaan berfokus pada keuntungan secara ekonomi, mereka harus melakukan kontribusi lebih langsung kepada masyarakat dengan meningkatkan kualitas hidup orang-orang dan lingkungan mereka. (Nurbaiti, S. R., & Bambang, A.N. (2017). Hal ini sesuai dengan konsep yang disampaikan oleh John Elkington dalam bukunya "*Cannibals with Forks, The Tripple Bottom Line of Twentieth Century Business"* Pada tahun 1998, diputuskan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan *"Triple P"—Profit, Planet,* dan *People* dalam penerapan konsep pembangunan berkelanjutan.

Gambar 1.2 Triple Bottom Line

Sumber: teamlewis.com

Dapat kita ketahui tidak hanya berfokus pada profit, namun juga harus ikut aktif dalam melindungi lingkungan *(Planet)* dan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi Masyarakat *(People)* (Wisobo Y, 2007). Pedulian perusahaan terhadap lingkungan adalah pilar *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ini disebut "aktivitas sosial perusahaan" (CSA) dan pertama kali digunakan di Indonesia pada tahun 1990-an. Pada saat itu, CSR hanya memenuhi tuntutan sosial dan belum mencapai peran dan kepedulian sosial yang signifikan (Budiharjo & Sujarto, 2009). Program – program yang paling efektif dalam membentuk CSR yang berkualitas adalah karena perusahaan memiliki hubungan langsung dengan inti bisnisnya yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat setempat dan melibatkan berbagai *stakeholder* secara aktif. Selain itu, transparansi masyarakat, akuntabilitas, dan pelaporan yang tepat waktu adalah beberapa cara perusahaan dapat meningkatkan program CSR nya. Dan penelitian ini menunjukkan bahwa sukses CSR tidak hanya dapat diukur dari jumlah dana yang diinvestasikan atau proyek yang diselesaikan, tetapi juga dari dampak nyata yang dihasilkan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Dan mengingat banyak program CSR saat ini lebih bersifat bantuan langsung tanpa memberikan dampak yang signifikan.

Akibatnya, penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak dari program CSR "Gedor Ekspor" yang dimana program tersebut adalah program yang membantu memperdayakan UMKM Indonesia untuk turut aktif terlibat dalam perdagangan Internasional dengan mengupayakan membentuk inovasi baru mengenai teknologi digital yang mana akan memudahkan proses ekspor seperti aplikasi guman membantu status pengiriman secara *real-time*. Dari penjabaran sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti "Pengaruh Program "Gedor Ekspor" Terhadap Citra Perusahaan Pelindo" Dimana program ini yang menjadi sebuah *center of attention* karena mendapatkan penghargaan tiga sekaligus dalam upaya

memperdayakan UMKM yang sejahtera. Dan saya ingin meneliti mengenai pengaruh dari branding pada program Gedor Ekspor ini mengenai citra perusahaan yang Pelindo miliki.

1.2. Identifikasi Masalah

Mengacu pada pemaparan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya dengan peneliti, maka identifikasi masalah dalam penelitian adalah:

1. Seberapa besar pengaruh program “Gedor Ekspor” pada citra Perusahaan Pelindo?
2. Apakah dengan hadirnya program “Gedor Ekspor” terdapat adanya perubahan yang disignifikan dengan sebuah citra pada Perusahaan Pelindo?
3. Bagaimana dampak jangka panjang Program “Gedor Ekspor” terhadap citra perusahaan yang berpartisipasi dalam program ini?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menilai dampak program "Gedor Ekspor" terhadap persepsi masyarakat, bagaimana masyarakat memandang program branding "Gedor Ekspor" yang dijalankan oleh Pelindo untuk membangun citra perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh program CSR pada citra perusahaan.
3. Untuk menilai ke efektivitasan dari program “Gedor Ekspor” dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap citra perusahaan.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat menyampaikan kegunaan teoritis dan praktis yang positif dari penelitian ini:

1. Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah menambah wawasan mengenai pengaruh branding terhadap citra perusahaan, bagaimana program dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap perusahaan pelindo, khususnya pada program CSR ”Gedor Ekspor”. Memberikan pemahaman baru tentang hal-hal yang memengaruhi cara orang melihat perusahaan, baik dalam industri pelabuhan maupun di bidang lain. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai panduan bagi para peneliti yang menyelidiki pengaruh program CSR, khususnya di industri BUMN dan perusahaan besar lainnya.

2. Kegunaan penelitian ini di dunia nyata ialah diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi efektivitas branding program ”Gedor Ekspor”, menjadi referensi bagi pemerintah dan instansi lainnya yang ingin menyelenggarakan program serupa untuk meningkatkan suatu citra perusahaan Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kepada masyarakat mengenai bagaimana branding perusahaan berpengaruh serta memperkenalkan pentingnya citra positif dalam konteks kemajuan ekonomi negara.

1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.2 Tahapan Dan Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2025						
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Penentuan Tema Penelitian							
2	Penyusunan Bab 1							
3	Penyusunan Bab 2							
4	Penyusunan Bab 3							
5	Pendaftara Desk Evaluation							
6	Pengumpulan Data dan Pengolahan Data							
7	Penyusunan Bab 4 dan 5							
8	Sidang							

1.6. Sistematika Penelitian

Berikut sistematika penelitian yang ada di dalam penelitian ini secara terstruktur:

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Kegunaan Penelitian

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian
3.2 Jenis Penelitian
3.3 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
3.4 Populasi dan Sampel
3.5 Teknik Pengumpulan Data
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas
3.7 Teknik Analaisis Data
BAB IV
4.1 Karakteristik Responden
4.2 Hasil Penelitian
4.3 Pembahasan Penelitian
BAB V
5.1 Kesimpulan
5.2 Saran