

Saat ini, Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi sebuah fenomena yang marak diperbincangkan, karena suatu kewajiban bagi setiap perusahaan terutama perusahaan BUMN untuk melaksanakan program CSR tersebut. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Implementasi Program Kemitraan yang dilaksanakan oleh PT. Telkom Yogyakarta dalam mempertahankan citra perusahaan di benak para pengusaha kecil yang mengacu pada visi dari CDC (Community Development Center) PT. Telkom Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui citra perusahaan dan cara mempertahankan citra tersebut di benak masyarakat terutama para pengusaha kecil melalui program kemitraan dan sesuai dari visi CDC adalah menjadi perusahaan terbaik di dunia dalam membangun komunitas demi keberlanjutan bisnis dan reputasi perusahaan. Teori yang peneliti gunakan adalah teori integratif dan juga teori stakeholder normatif, karena dalam penelitian ini teori integratif menjelaskan bahwa bisnis perusahaan dapat berkembang dengan adanya masyarakat yang mau mendukung bisnis perusahaan. Selain itu, juga ada teori stakeholder normatif yang menjelaskan bahwa stakeholder disini adalah masyarakat terutama para pengusaha kecil yang sudah mengikuti program kemitraan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Program Kemitraan yang dilaksanakan oleh PT. Telkom Yogyakarta dari sekitar tahun 2002 hingga sekarang ini dapat berjalan dengan semestinya, sehingga sampai sekarang ini PT. Telkom Yogyakarta sudah memiliki kurang lebih 3000 orang yang menjadi mitra binaannya. Ini semua dapat berjalan dengan lancar karena dukungan dan partisipasi dari masyarakat khususnya para pengusaha kecil yang ingin mengembangkan usahanya secara mandiri dan tangguh. Dengan adanya Program Kemitraan ini maka, para pengusaha mengatakan sangat terbantu dalam pengembangan usahanya sehingga banyak pengusaha yang mengikuti program kemitraan ini tidak hanya 1 kali saja tetapi 2 sampai 3 kali. Untuk itu, citra PT. Telkom di mata masyarakat terutama para pengusaha kecil ini dapat dikatakan positif bahwa PT. Telkom dapat memenuhi kebutuhan para mitra binaan seperti pameran dan juga pelatihan, selain itu para mitra binaan juga sudah mendapatkan profit yang lebih besar ketika mengikuti Program Kemitraan PT. Telkom, sehingga kolaborasi antara keinginan perusahaan dan keinginan mitra binaan dapat berkesinambungan karena saling membutuhkan satu sama lain seperti keinginan perusahaan yang menjadi perusahaan terbaik di dunia dapat diwujudkan dengan adanya komunitas pengusaha kecil yang dapat Go International dengan usahanya mitra binaan, sehingga nama perusahaan dapat dikenal di ranah International. Dengan begitu, meningkatnya bisnis perusahaan dan dapat menimbulkan reputasi positif dalam perusahaan