



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN – PT NO:468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Implementasi *Corporate Social Responsibility* oleh PT  
Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.  
Studi Kasus : Program Kemitraan UKM Monze**

Skripsi

Oleh

Rifana Faridhina

2014320170

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Rifana Faridhina  
Nomor Pokok : 2014320170  
Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT  
Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Studi Kasus :  
Program Kemitraan UKM Monze

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 3 Juli 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

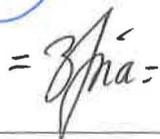
**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 

**Sekretaris**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

**Anggota**

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Pernyataan

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rifana Faridhina

NPM : 2014320170

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 25 Juni 2018



Rifana Faridhina

## Abstrak

Nama : Rifana Faridhina  
NPM : 2014320170  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis  
Judul : **Implementasi Corporate Social Responsibility PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Studi kasus : Program Kemitraan UKM Monze**

---

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Sebagai pelaku bisnis tentu saja aktivitas yang dilakukan Telkom dapat membawa dampak khususnya pada lingkungan sekitar tempat perusahaan itu berdiri. Oleh karena itu perlu adanya tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder* kepada *stakeholder* atau para pemangku kepentingan karena adanya dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan secara langsung atau tidak langsung pada lingkungan sekitar. Dampak dari aktivitas perusahaan tersebut dapat diatasi dengan sebuah tindakan yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) adalah salah satu bentuk implementasi CSR yang dilakukan oleh Telkom. Melalui Program Kemitraan Telkom memberikan dana bantuan pinjaman modal guna meningkatkan kemampuan kegiatan usaha kecil menengah agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari laba perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi *stakeholder* Telkom dan bagaimana tanggung jawab yang dilakukan serta memberi gambaran pelaksanaan CSR pada Program Kemitraan, kendala apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan Program Kemitraan dan mengetahui manfaat yang diperoleh oleh perusahaan dan mitra binaan setelah pelaksanaan Program Kemitraan ini.

Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini diketahui bahwa Telkom telah menjalankan tanggung jawab kepada para *stakeholder*-nya yang terdiri dari *supplier, distributor, customer, employee, stockholder, creditor, local community, state and local government, media* dan *general public* sesuai dengan sebagaimana semstinya. Lalu Program Kemitraan yang dilakukan oleh Telkom adalah dengan memberikan dana pinjaman terhadap mitra binaan dan mengadakan program-program yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan mitra binaan melalui pembekalan materi mengenai cara berbisnis dan juga melalui *event-event* yang dilaksanakan oleh Telkom sudah berjalan dengan baik, walaupun masih ada kendala-kendala yang dihadapi. Namun dengan berjalannya Program Kemitraan ini dapat membawa manfaat baik bagi perusahaan maupun bagi mitra binaan.

**Kata Kunci** : *Corporate Social Responsibility, Stakeholder, Program Kemitraan*

## Abstract

Name : Rifana Faridhina  
NPM : 2014320170  
Course : Department of Business Administration  
Title : **Implementation Corporate Social Responsibility  
PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Case  
study: Partnership Program of UKM Monze**

---

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. is a State-Owned Enterprise (BUMN) engaged in information technology and communication services (ICT) and telecommunication network in Indonesia. As a business, of course, the activities carried out by Telkom can have an impact especially on the environment around where the company stands. Therefore, it is necessary to have social responsibility carried out by the company to the stakeholders to stakeholders or stakeholders because of the impact of the company's activities directly or indirectly on the environment. The impact of the company's activities can be overcome by an action called Corporate Social Responsibility (CSR). Partnership and Community Development Program (PKBL) is one form of CSR implementation conducted by Telkom. Through the Partnership Program Telkom provides capital loan assistance to improve the ability of small and medium enterprises to become strong and independent through the utilization of funds from the company's earnings.

This research uses qualitative research methodology with descriptive analysis with data collection technique through interview, observation, and documentation study. This study aims to find out the description of CSR implementation on Partnership Program, any constraints faced in the Partnership Program engagement and to know the benefits gained by the company and partner built after the implementation of this Partnership Program.

The results and conclusions of this research note that Telkom has carried out its responsibilities to its stakeholders consisting of suppliers, distributors, customers, employee, stockholder, creditor, local community, state and local governance, media and general public as appropriate. Then the Partnership Program undertaken by Telkom is to provide loan funds to the partners and hold programs that can add insight and knowledge of partners built through material briefing on how to do business and also through events implemented by Telkom is running well, although there are still constraints faced. However, with the implementation of this Partnership Program can bring benefits both for the company and for partners in the development of business.

**Keywords** : *Corporate Social Responsibility, Stakeholder, Partnership Program*

## **Kata Pengantar**

Dengan mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Studi Kasus: Program Kemitraan UKM Monze” tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana dalam jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung. Setelah melalui proses yang panjang dan penuh tantangan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang tentunya masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Walaupun demikian, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan penulis khususnya.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang dimaksud, antara lain :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmatnya kepada penulis dan selalu memberikan kemudahan pada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Theresia Gunawan selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan kritik dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan lancar dan memberi begitu banyak ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
3. Orang tua penulis, Ruddy Ridwan dan Imas Atikah yang tidak pernah berhenti untuk memberi doa, ilmu, motivasi, dukungan, kerja keras, semangat, dan kekuatan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapatkan pendidikan yang terbaik.

4. Charida Rizkiani, Citra Fadilla, Keenandra, Azzara, Arsyah, Ari Panji, Wisnu Adhianto yang selalu memberi dukungan, motivasi, pencerahan, bantuan, dan selalu membuat penulis riang kembali dengan candaannya.
5. Bapak Ganda Kusumah dan Bapak Asep selaku narasumber dari Telkom yang senantiasa meluangkan waktunya dan memberikan informasi
6. Gifari S Wijaya yang selalu memberikan doa tiada henti, memberi semangat dan motivasi, memberi dukungan moral bagi penulis untuk tetap ceria, dan selalu meluangkan waktu untuk menemani serta membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Yadhira Amalia, Dilla Azzahra, Safira Dharmaning, Yashinta Diandra, Azalia Pramudita, Trisianty Halim dan Natasha Maria teman baik penulis yang selalu memberi bantuan, dukungan, motivasi, menenangkan dan menemani.
8. Teman-teman AntiR, Arina Daniswara, Raka, Claudio, Raditya Aji, Andra, Eca, Irmania, Fitri, Taritha, Nashia, Gerry dan Dwiki yang sering menghibur dan menemani penulis selama masa perkuliahan.
9. Rurri Putri, Hasna, Putri, Alifa, Lulu, dan Satria yang memberi dukungan, mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi, memberi motivasi.
10. Nurfitriana dan Irfan Mirza teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini yang selalu mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi, memberi motivasi, dukungan dan bantuan.

Semoga Tuhan senantiasa merahmati semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Bandung, 25 Juni 2018

Penulis

Rifana Faridhina

## **Daftar Isi**

Abstrak .....	i
Abstract .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Pembatasan Masalah .....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	<b>11</b>
2.1 Visi dan Misi .....	11
2.1.1 Definisi Visi .....	11
2.1.2 Definisi Misi .....	11
2.2 Analisis Lingkungan.....	11
2.2.1 Lingkungan Eksternal .....	11
2.2.2 Lingkungan Internal .....	14

2.3	Analisis SWOT.....	14
2.4	<i>Coporate Social Responsibility</i> .....	16
2.4.1	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
2.4.2	Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	17
2.4.3	Ruang Lingkup <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	19
2.4.4	Undang- Undang yang Mengatur <i>Corporate Social Responsibility</i>	19
2.4.5	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	20
2.5	CSR dalam <i>Good Corporate Govenance</i> .....	21
2.6	<i>Stakeholder</i> .....	22
2.6.1	Definisi <i>stakeholder</i> .....	22
2.6.2	Macam-macam <i>Stakeholder</i> .....	23
2.7	Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....		25
3.1	Jenis Penelitian .....	25
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.3	Subjek Penelitian .....	26
3.4	Objek Penelitian .....	26
3.5	Langkah – langkah Penelitian .....	26
3.6	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	28
3.7	Jenis Data .....	29
3.8	Teknik Analisis Data .....	29
3.8.1	Reduksi Data .....	29
3.8.2	Triangulasi Data .....	30

3.8.3	Penarikan Kesimpulan .....	31
BAB IV	OBJEK PENELITIAN.....	31
4.1	Sejarah Singkat PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk .....	31
4.1.1	<i>Corporate Strategy</i> .....	35
4.2	Logo PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	36
4.2.1	Makna Logo .....	36
4.3	Layanan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	36
4.4	<i>Corporate Social Responsibility</i> PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. 37	
4.4.1	Visi CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	37
4.4.2	Misi CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	38
4.4.3	Tujuan CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	38
4.5	Struktur Organisasi yang berhubungan dengan CSR .....	38
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	40
5.1	Visi, Misi dan Tujuan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	40
5.1.1	Visi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	40
5.1.2	Misi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	40
5.1.3	Tujuan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	40
5.2	Analisis Lingkungan.....	41
5.2.1	Lingkungan Eksternal .....	41
5.2.2	Lingkungan Internal .....	46
5.3	Identifikasi <i>Stakeholder</i> PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk..	51
5.3.1	Primary Stakeholder.....	51

5.3.2	<i>Secondary Stakeholder</i> .....	55
5.4	<i>Corporate Social Responsibility</i> PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	58
5.4.1	Tujuan dan Sasaran <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.....	58
5.5	Penerapan Prinsip <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) pada CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	59
5.6	Implementasi Program Kemitraan <i>Corporate Social Responsibility</i> PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	61
5.7	UKM Monze sebagai Mitra Binaan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	71
5.8	Visi dan Misi Monze .....	73
5.8.1	Visi Monze.....	73
5.8.2	Misi Monze .....	73
5.9	Analisis Lingkungan Monze .....	73
5.9.1	Lingkungan Eksternal .....	73
5.9.2	Lingkungan Internal.....	75
5.10	Hambatan Pelaksanaan CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	78
5.11	Analisis SWOT UKM Monze.....	78
5.12	Analisis SWOT PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.....	80
5.13	Manfaat Pelaksanaan CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	84
5.13.1	Manfaat bagi UKM .....	84
5.13.2	Manfaat bagi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. ....	85
5.14	Dampak bagi UKM.....	85

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
6.1	Kesimpulan.....	75
6.2	Saran.....	77
	Daftar Pustaka .....	79
	LAMPIRAN.....	83

### **Daftar Tabel**

Tabel 1.	Biaya Administrasi Tahun .....	63
----------	--------------------------------	----

## Daftar Gambar

Gambar 1. Bagan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. Logo Telkom.....	36
Gambar 3. Struktur Organisasi CDC Telkom.....	39
Gambar 4. Bagan Prosedur Permohonan Pinjaman.....	67
Gambar 5. Contoh Produk Monze .....	77

## Daftar Lampiran

Hasil Wawancara .....**Error! Bookmark not defined.**

Daftar pertanyaan implementasi CSR Program Kemitraan**Error! Bookmark not defined.**

Dokumentasi .....**Error! Bookmark not defined.**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan merupakan pelaku utama dalam berlangsungnya kegiatan perekonomian. Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa kontribusi dari kegiatan perusahaan seperti terbukanya lapangan pekerjaan, hasil produksi barang dan jasa, dan pembayaran pajak perusahaan sangat membantu dalam menopang kegiatan perekonomian negara. Namun, aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak pada lingkungan sekitar tempat perusahaan itu berada atau didirikan. Oleh karena itu, perlu adanya tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan khususnya kepada *stakeholder* atau para pemangku kepentingan karena adanya dampak yang ditimbulkan baik dari aktivitas perusahaan secara langsung maupun tidak langsung pada lingkungan sekitar.

Dampak dari aktivitas perusahaan tersebut dapat diatasi dengan sebuah tindakan yang disebut *Corporate Social Responsibility*. CSR merupakan suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, serta komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup. (*The World Business Council for Sustainable Development* dalam Wibisono, 2007). Sementara itu, Suharto (2007) menyatakan bahwa CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan untuk membangun sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Elkington mengemas CSR kedalam tiga fokus yaitu *profit*, *planet* dan *people* yang berarti perusahaan dalam menjalankan bisnisnya bukan hanya berfokus kepada mencari

keuntungan atau profit namun juga bagaimana kepeduliannya terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakatnya (Elkington, 2002).

Pada kenyataannya, masih banyak perusahaan di Indonesia yang belum menyadari pentingnya tanggung jawab sosial yang seharusnya mereka lakukan, masih banyak perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial hanya sebagai kemurahan hati, untuk menaikkan citra dan reputasi perusahaan yang berlangsung dalam jangka waktu yang singkat. Perusahaan harus menjalankan usahanya secara etis dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan komunitas luas. Menurut Pearce & Robinson (2007), ada 10 pihak yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan yang masing-masing mempunyai kepentingan berbeda dan cara pandang yang berbeda terhadap perusahaan. Kesepuluh pihak yang dimaksud adalah *stakeholder, creditor, employees, customers, suppliers, governments, unions, competitors, local communities and general public* (Sutedi, *Good Corporate Governance*, 2011). Sebaiknya kegiatan tanggung jawab sosial ini dilakukan secara berkelanjutan, sehingga menghasilkan timbal balik serta terjalin hubungan yang baik dengan para *stakeholder* khususnya untuk mengatasi masalah-masalah sosial yang terjadi.

Tanggung jawab sosial ini tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi tetapi juga harus memikirkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul dari aktivitas perusahaan terutama yang berhubungan dengan pegawai, pemasok, pelanggan, kompetitor, pemerintah dan masyarakat khususnya yang berada di lingkungan tempat dimana perusahaan itu berdiri. Apabila tanggung jawab sosial dilakukan dalam jangka waktu yang berkepanjangan, hal ini akan membawa dampak positif bagi perusahaan diantaranya, dapat membangun reputasi perusahaan, mendapat kepercayaan dari lembaga pemerintah karena telah memenuhi standar tertentu, dan memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat. Lain halnya jika hanya dilakukan dalam jangka waktu pendek, hal ini

tidak akan membawa dampak yang signifikan dan menghasilkan profit bagi perusahaan.

CSR memperluas kewajiban perusahaan untuk dapat mensejahterakan dan memajukan masyarakat lokal. Banyak hal yang dapat dilakukan perusahaan dalam mewujudkan hal ini, misalnya dengan membina usaha mikro, kecil dan menengah, memberikan layanan sarana kesehatan, sarana pendidikan atau beasiswa kepada siswa yang kurang mampu dan berprestasi, meningkatkan semangat dan produktivitas pegawai, penyediaan sarana beribadah atau kegiatan yang sifatnya jangka pendek namun dilakukan secara berkala misalnya memberikan santunan kepada anak yatim piatu, donasi kepada korban bencana alam dan masih banyak lainnya.

Selain itu, pentingnya CSR kini telah diatur dalam peraturan pemerintah. Regulasi CSR di Indonesia diatur dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 bulir 3 tentang Perseroan terbatas yang menyatakan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri komunitas setempat ataupun masyarakat pada umumnya.

Menurut Wibisono (2007), pelaksanaan CSR oleh sebuah perusahaan memberikan banyak manfaat diantaranya adalah meningkatkan produktivitas dan CSR perusahaan sehingga dapat mempertahankan dan mendongkrak *brand image* perusahaan di masa yang akan datang, sedangkan reputasi destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan *image* positif perusahaan. Hal inilah yang menjadi modal non finansial bagi perusahaan dan *stakeholder* yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

Salah satu perusahaan yang belum melaksanakan CSR dengan baik adalah PT Freeport Indonesia. Perusahaan tambang yang sudah terkemuka bukan hanya di

Indonesia tetapi di dunia. PT Freeport Indonesia melakukan eksplorasi, menambang, dan memproses bijih yang mengandung tembaga, emas, dan perak. PT Freeport Indonesia ini melakukan usahanya di Kabupaten Mimika, Provinsi Papua, Indonesia. Seperti yang kita ketahui, selama ini PT Freeport sudah banyak mengeskplotasi kekayaan yang dimiliki oleh Indonesia khususnya di Papua, namun fakta menunjukkan bahwa masyarakat Papua pada saat ini tetap hidup dibawah garis kemiskinan. Jangankan rumah untuk tempat tinggal, sekedar pakaian yang layak untuk menutupi tubuhnya pun, masyarakat Papua masih terbelakang (Tumanggor, 2017). Hal tersebut menunjukkan bahwa CSR yang dilakukan oleh PT Freeport belum terealisasi dengan baik, sehingga belum memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat dan lingkungnya.

Selain daripada itu, sudah ada pula perusahaan yang menyadari pentingnya melakukan tanggung jawab sosial guna untuk memenuhi kewajibannya terhadap para pemangku kepentingan sebagai suatu balas jasa atau timbal balik. Perusahaan yang sudah menjalani CSR diantaranya adalah PT Djarum dengan CSR nya berupa Djarum Sumbangsih Sosial, Djarum Beasiswa Bulu tangkis, Djarum *Tree For Life*, Djarum Beasiswa Plus, Djarum Apresiasi Budaya dan masih banyak lagi program CSR yang telah dilakukan oleh PT Djarum (DJARUM, 2013). Selain itu juga, ada empat perusahaan di Indonesia yang meraih penghargaan *Asia Responsible Entrepenership Award* (AREA) pada tahun 2017 yang di selenggarakan oleh Enterprise Asia diantaranya adalah PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, PT Combiphar, PT Bhimasena Power Indonesia dan PT Pembangkitan Jawa Bali. Keempat perusahaan ini berhasil mendapatkan penghargaan karena mampu menghasilkan inovasi CSR dengan wujud yang berbeda-beda, mulai dari edukasi pentingnya hidup sehat, sekolah gratis, hingga pemberdayaan masyarakat (Noviyanti, 2017)

Selain dari perusahaan yang telah disebutkan diatas, perusahaan yang sudah menerapkan CSR adalah Telkom. Perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, informasi dan digital. Telkom berstatus sebagai perusahaan milik Negara yang sahamnya diperdagangkan dibursa saham, pemegang saham mayoritas perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia. Pada saat ini, Telkom mengelola enam portofolio yaitu *Mobile, Fixed, Wholesale & International, Network Infrastructure, Enterprise Digital* dan *Consumer Digital* yang melayani empat segmen konsumen diantaranya adalah korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya ( Telkom Indonesia, 2018). Telkom menyadari bahwa keberadaannya tidak terpisahkan dari masyarakat oleh karena itu Telkom berupaya mewujudkan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan ditempat Telkom berada.

Pelaksanaan tanggung jawab sosial Telkom memiliki tema “Telkom Indonesia untuk Indonesia” dengan tiga pilar yang meliputi Lingkungan digital yaitu penyediaan fasilitas digital untuk mendukung dan menghubungkan berbagai aktivitas masyarakat, Masyarakat Digital yaitu mendukung pemberdayaan komunitas melalui edukasi tentang pemanfaatan layanan digital secara optimal untuk memudahkan aktivitas kehidupan masyarakat sehari-hari, dan Ekonomi Digital yaitu dukungan terhadap usaha mikro, kecil, dan menengah terutama disektor industri kreatif berupa pelathan UMKM “*go digital*”, “*go online*” dan “*go global*” serta penyelenggaraan eksibisi produk-produk UMKM ( Telkom Indonesia, 2018).

Sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Telkom melakukan tanggung jawab sosial berupa Program Kemitraan dan Bina Lingkunga (PKBL) dalam bentuk program peningkatan kesejahteraan dan kehidupan sosial masyarakat yang berpedoman kepada Keputusan Direksi No. KD 51/PS150/COP-B0030000/2006 13 September 2006 Tentang Organisasi Pusat Pengelolaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (*Community Development Center*) serta Keputusan Direksi Telkom No. KD 51/KU-200/PLK00/2003

Tanggal 28 Agustus 2003 Tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan. Hal ini sejalan dengan kebijakan pemerintah tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan ( Telkom Indonesia, 2018).

CSR yang dilakukan diharapkan dapat berjalan dalam jangka waktu yang panjang dan juga tepat sasaran. Salah satu CSR yang telah dilakukan oleh Telkom adalah Program Indonesia Digital Learning yang berhasil meraih penghargaan *The Best CSR Program* untuk kategori Peningkat Mutu Pendidikan dalam ajang Nusantara CSR Summit and Awards pada Tahun 2016 yang diselenggarakan oleh The La Tofi School of CSR di Jakarta. Program ini merupakan salah satu bentuk komitmen Telkom dalam membangun masyarakat digital Indonesia khususnya para guru melalui peningkatan kompetensi, keterampilan, dan kualitas pengajar, khususnya dalam memanfaatkan ICT pada proses belajar mengajar. Penghargaan tersebut dinilai berdasarkan parameter dampak dari program dalam mengatasi masalah berdasarkan identifikasi kebutuhan sosial, faktor inovasi dan faktor penilaian mudah diterapkan dan dicontoh.

Dari pemaparan yang sudah dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk dapat melakukan penelitian mengenai implementasi CSR yang telah dilakukan oleh Telkom.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Program CSR tidak hanya selalu berkaitan dengan profit perusahaan, tetapi bagaimana perusahaan memberikan kontribusinya kepada masyarakat dan lingkungan untuk dapat mensejahterakan dan memberikan manfaat. Seperti yang sedang marak diperbincangkan mengenai CSR ini sendiri bahwa pada saat ini masih banyak perusahaan yang belum sadar dan belum melaksanakan CSR sebagai mana semestinya.

Telkom sendiri sudah melaksanakan banyak program CSR diantaranya adalah pembangunan sarana MCK dan air bersih di Labuan Bajo, membangun Taman KAA di Bandung, program beasiswa, bantuan untuk bencana alam dan masih banyak lainnya. Hal tersebut dilakukan semata-mata untuk memberikan manfaat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia. Telkom berupaya untuk melaksanakan CSR nya secara berkelanjutan atau bersifat jangka panjang sehingga dapat membawa manfaat dan dampak yang signifikan baik terhadap masyarakat dan lingkungan maupun terhadap perusahaan ( Telkom Indonesia, 2018).

Selain daripada itu, Telkom juga melakukan tanggung jawab sosialnya dengan melalui program pemberdayaan masyarakat atau lebih dikenal dengan sebutan PKBL (Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan) sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Menteri Negara BUMN No: Per-05/MBU/2007, yang disempurnakan dengan Per-08/MBU/2013 Perihal Perubahan Keempat tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan. Program Kemitraan ini ditujukan untuk meningkatkan kemampuan Usaha Kecil Menengah yang dibina oleh Telkom, dengan harapan agar menjadi maju, mandiri dan berkembang sehingga dapat memberikan *multiplier effect* bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat disekitar wilayah operasi Telkom. Sedangkan Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat di sekitar wilayah operasi Telkom yang bersifat hibah. PKBL telah dilaksanakan Telkom sejak 2001, dimana setiap tahun terjadi peningkatan jumlah penyaluran dana untuk program ini. Banyak Mitra Binaan Telkom yang telah mandiri dan tangguh. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pesatnya perkembangan usaha mereka. Salah satu mitra binaan Telkom yang telah berkembang adalah Monze yaitu sebuah usaha kecil mikro yang mengolah kulit menjadi berbagai macam produk dengan kualitas yang unggul. Pada acara Telkom Craft Indonesia 2018 Monze mendapatkan sebuah penghargaan dari Telkom.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi sehingga terdapat rumusan masalah yang dirangkum dalam pertanyaan sebagai berikut:

- 1) Siapa yang menjadi *stakeholder* dari Telkom dan bagaimana tanggung jawab yang dilakukan oleh Telkom?
- 2) Bagaimana implementasi CSR Telkom melalui Program Kemitraan?
- 3) Apakah manfaat yang dirasakan oleh Telkom dan Mitra Binaan melalui Program Kemitraan tersebut?
- 4) Apakah yang menjadi kendala dalam implementasi Program Kemitraan Telkom?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sehubung dengan adanya beberapa permasalahan pada rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui siapa saja yang menjadi *stakeholder* Telkom dan bagaimana tanggung jawab yang dilakukan oleh Telkom kepada *stakeholder*-nya
- 2) Untuk mengetahui implementasi program CSR yang dilakukan oleh Telkom melalui Program Kemitraan
- 3) Untuk mengetahui manfaat yang dirasakan oleh perusahaan dan Mitra Binaan dengan dilaksanakan Program Kemitraan tersebut
- 4) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam implementasi Program Kemitraan

### **1.4 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini terfokus pada masalah yang telah terumuskan maka penelitian ini diberikan batasan sebagai berikut:

- Hal yang diamati adalah siapa saja yang menjadi *stakeholder* Telkom dan bagaimana tanggung jawab yang dilakukan oleh Telkom
- Penelitian difokuskan kepada CSR Telkom pada bagian Program Kemitraan dalam memberikan dana pinjaman kepada UKM
- Hal yang diamati adalah bagaimana proses agar dapat bergabung menjadi mitra binaan dan bagaimana menerapkan program CSR tersebut
- Data yang digunakan adalah selama tahun 2016 hingga 2018

### 1.5 Manfaat Penelitian

Penulis berharap dari penelitian ini dapat memberikan mafaat baik secara teoritis maupun praktis untuk pihak yang memiliki kaitan dengan penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### A. Bagi Perusahaan

- Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam melihat gambaran mengenai implementasi CSR terhadap masyarakat
- Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam menjalankan CSR
- Mengevaluasi penerapan CSR yang telah diterapkan perusahaan

#### B. Bagi Peneliti:

- Mengetahui bagaimana implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan
- Mengetahui bagaimana langkah-langkah agar dapat bergabung menjadi mitra binaan PT Telkom
- Mengetahui proses dan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada UKM mitra binaan
- Sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang didapat selama mengenyam studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Administrasi

Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung dalam konsentrasi ilmu Strategi Bisnis.

- Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

C. Bagi Pembaca:

- Mengetahui bagaimana implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan
- Mengetahui bagaimana langkah-langkah agar dapat bergabung menjadi mitra binaan Telkom
- Mengetahui proses dan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada UKM mitra binaan