

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA
WILAYAH TELKOM SUMATERA SELATAN**

SKRIPSI



**Nama : Dita Damayanti
NIM : 222014143**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA
WILAYAH TELKOM SUMATERA SELATAN**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



**Nama : Dita Damayanti
NIM : 222014143**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dita Damayanti
NIM : 222014143
Konsentrasi : Teori Akuntansi
Judul : Analisis Faktor-Faktor Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan.

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata Satu baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pemimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 5 Februari 2018



Dita Damayanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Faktor-Faktor Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan.
Nama : Dita Damayanti
NIM : 222014143
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Mata Kuliah Pokok : Teori Akuntansi

Diterima dan Disahkan
Pada tanggal, 12 Maret 2018

Pembimbing I,



DR. Sa'adah Siddik, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN/NBM: 0002095507/972321

Pembimbing II,



Welly, S.E., M.Si
NIDN/NBM: 0212128102/1085022

Mengetahui,
Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



Betri Sirajuddin SE, M.Si, AK, CA
NIDN/NBM : 0216106902/944806

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

- Untuk menyelesaikan skripsimu, kau hanya perlu membeli dua kilo lem dan oleskan dikursimu. Duduklah dan mengetiklah sampai selesai (Artupanam Refydnew).
- Kesulitan dan cobaan akan membawa kita pada banyak kejutan-kejutan yang tak disangka, namun ketika kita memutuskan berani melangkah dan bersabar itulah harga matinya (Dita Damayanti).

Terucap syukur padamu Ya Allah SWT,
dengan segala kerendahan hati karya ini
kupersembahkan untuk:

- Almarhum Ayah dan Ibuku yang sangat kucintai
- Adikku yang kusayangi
- Dosen Pembimbingku
- Keluarga dan sahabat terbaikku
- Almamaterku



PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat-Nya penulisan skripsi dengan judul Analisis Faktor-Faktor Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Perkembangan dari pembangunan berbasis ekonomi yang memiliki orientasi tujuan pada pencapaian laba semaksimal mungkin, mengalami perubahan menjadi pembangunan berkelanjutan. Perubahan pembangunan berkelanjutan tersebut mengakibatkan munculnya kebutuhan bagi korporat untuk mendapatkan kepercayaan yang dikaitkan dengan budaya perusahaan dan etika bisnis dalam bentuk tanggung jawab sosial.

Faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* menjadi perhatian khusus bagi PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan, sebagai korporasi yang mengemban beberapa amanat dan peran strategis dalam pelayanan publik, turut membantu pengembangan usaha kecil dan memiliki kepedulian untuk berbagi kepada masyarakat sekitar. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk mengkaji faktor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan *Corporate Social Responsibility*. Adapun penulisan laporan penelitiannya dibagi menjadi lima bab berturut-turut, bab pendahuluan, bab kajian kepustakaan, bab metode penelitian, bab hasil dan pembahasan, dan bab simpulan dan saran.

Penulisan laporan ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih terutama kepada kedua orang tua penulis Ayahanda Alm M.Ali dan Ibunda Nonsiah yang doa dan bantuannya memiliki makna besar dalam proses ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu DR. Sa'adah Siddik, S.E., M.Si., Ak., CA dan Ibu Welly S.E., M.Si yang telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skripsi ini. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

- a. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
- b. Bapak Prof. Indawan, M.Pd, Ibu Dr. Hj. Fatimah, S.E., M.Si, Bapak Dr. Ir. Muktarudin Muchsiri, M.P, dan Bapak Drs. Ruskam Su'aidi, M.H.I selaku Wakil Rektor I, II, III, dan IV Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
- c. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf.
- d. Bapak Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Pembimbing Akademik dan Ketua Program Studi Akuntansi dan Bapak Mizan, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
- e. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

- f. Pegawai unit *Community Development Center* PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan yang bersedia memberikan data dan penjelasan.
- g. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari, meskipun banyak usaha telah penulis lakukan, akan tetapi laporan ini masih jauh dari sempurna. Meskipun demikian mudah-mudahan dari laporan penelitian ini tetap ada manfaat yang dapat diperoleh. Aamiin

Palembang, Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Landasan Teori	
1. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	13
2. Landasan Hukum Penerapan CSR.....	15

3. Manfaat Penerapan CSR.....	16
4. Lingkup Kegiatan CSR.....	17
5. Faktor-Faktor CSR.....	18
6. Indikator Keberhasilan CSR.....	22
B. Penelitian Sebelumnya.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Operasionalisasi Variabel.....	41
D. Data Yang Diperlukan.....	42
E. Metode Pengumpulan Data.....	43
F. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	47
1. Gambaran Wilayah Penelitian	
a. Sejarah singkat PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.....	47
b. Profil PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.....	48
2. Visi, Misi, dan Tujuan CSR Telkom.....	50
3. Kebijakan CSR Telkom.....	51
4. Struktur Organisasi Unit CDC Telkom Sumsel.....	52
5. Tugas Pokok Unit CDC Telkom Sumsel.....	53
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I.1	Anggaran dan Realisasi Program CSR tahun 2017	8
Tabel.I.2	Kunjungan dan Collection Bermasalah tahun 2017	9
Tabel II.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya	39
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel	41
Tabel IV.1	Anggaran dan Realisasi Program CSR tahun 2017	55
Tabel IV.2	Kunjungan dan Collection Bermasalah tahun 2017	55
Tabel IV.3	Jumlah Mitra Binaan tahun 2017	55
Tabel IV.4	Program-Program Bina Lingkungan tahun 2017	56
Tabel IV.5	Anggaran dan Realisasi Program CSR tahun 2017	69
Tabel IV.6	Kunjungan dan Collection Bermasalah tahun 2017	71
Tabel IV.7	Perbandingan Hasil dan Tujuan Program CSR	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV.1 Struktur Organisasi CDC Telkom Sumsel 2017	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Laporan Program CDC tahun 2017	85
Lampiran 2 Foto kegiatan CSR Telkom Sumatera Selatan tahun 2017	77
Lampiran 3 Daftar Panduan Wawancara	92
Lampiran 4 Surat Pernyataan Selesai Riset dari Lokasi Penelitian	95
Lampiran 5 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi	96
Lampiran 6 Sertifikat TOEFL	97
Lampiran 7 Sertifikat AIK	98
Lampiran 8 Biodata Penulis	99

Abstrak

Dita Damayanti/222014143/2018/Analisis Faktor-Faktor Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan/Teori Akuntansi.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah faktor-faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan. Tujuannya untuk mengetahui faktor-faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan. Penelitian ini termasuk penelitian yang deskriptif yaitu dengan cara menjelaskan mengenai faktor keberhasilan internal dan faktor keberhasilan eksternal. Data primer dan sekunder diperlukan sebagai dasar analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Hasil analisis menunjukkan faktor keberhasilan internal hanya didukung oleh satu faktor dan tiga faktor lainnya tidak mendukung, sedangkan dari faktor keberhasilan eksternal juga hanya satu faktor yang mendukung dan dua faktor lainnya tidak mendukung keberhasilan *Corporate Social Responsibility*.

Kata Kunci: program kemitraan dan bina lingkungan, faktor keberhasilan internal dan eksternal

Abstract

Dita Damayanti /222014143/2018 /Analysis of Success Factors Corporate Social Responsibility at PT. Telekomunikasi Indonesia Telkom Region South Sumatera / Accounting Theory.

The formulation of the problem in this research is how the factors success of Corporate Social Responsibility in PT.Telekomunikasi Indonesia Telkom Region of South Sumatra. The goal is to determine the factors success of Corporate Social Responsibility in PT.Telekomunikasi Indonesia Telkom Region of South Sumatra. This research includes descriptive research that is by explaining the internal success factors and external success factors. Primary and secondary data are needed as a basis for analysis, while data collection techniques are interviews and documentation. The analysis technique used is qualitative data analysis. The result of the analysis shows that internal success factor is only supported by one factor and three other factors are not supported, while the external success factor is also only one supporting factor and the other two factors do not support the success of Corporate Social Responsibility.

Keywords: partnership program and community development, internal and external success factor



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis dan ekonomi saat ini maka tantangan dan persaingan yang kompetitif dan kompleks yang dihadapi pelaku bisnis pun akan beragam. Keadaan ini menuntut para pemimpin perusahaan untuk mengelola perusahaan dengan baik, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Perusahaan sebagai pelaku ekonomi saat ini telah mengalami perubahan dalam pembangunan. Diawali dari pembangunan berbasis ekonomi yang memiliki orientasi tujuan pada pencapaian laba semaksimal mungkin, mengalami perubahan menjadi pembangunan berkelanjutan yang memiliki upaya-upaya untuk memenuhi kebutuhan di masa kini tanpa mengurangi kebutuhan generasi di masa depan.

Perubahan pembangunan berkelanjutan tersebut mengakibatkan munculnya kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dan beradaptasi, agar mendapatkan kepercayaan yang dikaitkan dengan budaya perusahaan dan etika bisnis dalam bentuk tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hamdani, 2016: 170). Pada awal perkembangannya, tanggung jawab sosial hanya sebatas bantuan terhadap organisasi lokal dan

masyarakat miskin di negara-negara berkembang. Tanggung jawab sosial pada tataran ini hanya sekedar *do good* dan *to look good*, berbuat baik agar terlihat baik.

Pembangunan berkelanjutan, maka tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah tertuang dalam kebijakan pemerintah, yang diatur dalam Peraturan Pemerintah nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, yang merupakan peraturan pelaksana dari ketentuan pasal 74 UU nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menjelaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dari perusahaan dan eksistensinya dalam kegiatan bisnis. Demikian setiap perusahaan tak terkecuali badan usaha milik negara (BUMN) diharapkan agar menerapkan *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan perekonomian secara keseluruhan dalam jangka panjang pada BUMN di Indonesia.

Faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* menjadi perhatian khusus bagi Badan Usaha Milik Negara, mengenai peran dan tanggung jawab dari BUMN sebagai korporasi yang mewajibkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, terhadap setiap korporasi atau lebih sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Berhasilnya CSR harus juga didukung oleh faktor-faktor CSR seperti *building human capital, strenghtening economics, assessing social chesion, encouraging good goverance, protecting the environment*. CSR sebagai bentuk kepedulian

perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*), bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*), dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan profesional. Pergeseran dari metode *single bottom line* menjadi *triple bottom line*, adalah untuk menjamin keberlanjutan perusahaan yang didukung oleh keberhasilan CSR.

Pandangan *triple bottom line* berasumsi bahwa, jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya maka perusahaan itu harus memperhatikan 3P (*profit, people, planet*), selain mengejar keuntungan (*profit*), perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Ilona, 2016:8). Dalam konsep tersebut perusahaan tidak berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja karena, tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Keberhasilan lingkungan sosial yang nyaman akan mendukung berjalannya operasional perusahaan.

Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara sebagai lembaga pemerintah yang menaungi dan mengayomi institusi BUMN, turut menindak lanjuti dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Negara BUMN yang terbaru yakni, Nomor Per-02/MBU/7/2017 untuk menggantikan peraturan sebelumnya Nomor Per-03/MBU/12/2016 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara, sebagai bagian dari

bentuk program CSR BUMN dimana Kementerian Negara Badan Usaha Milik Negara, menjabarkan peran dan partisipasi BUMN kedalam dua program, yakni Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor Per-02/MBU/7/2017 pasal 1 butir 6, program kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor Per-02/MBU/7/2017 pasal 1 butir 7, program bina lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN.

Program yang dibuat oleh pemerintah khususnya kementerian BUMN menunjukkan adanya, sebuah pesan komitmen yang ingin disampaikan pemerintah kepada masyarakat luas bahwa, institusi BUMN sebagai korporasi yang mengemban beberapa amanat dan peran sekaligus sebagai pelopor atau perintis di sektor-sektor usaha yang belum diminati oleh swasta, peran strategis sebagai pelaksana pelayanan publik, peran penyeimbang kekuatan-kekuatan swasta besar, dan turut membantu pengembangan usaha kecil atau koperasi, tetap harus memiliki kepedulian untuk berbagi kepada masyarakat sekitar.

Kedua program yang dilakukan BUMN tersebut bukan hanya sekedar dilaksanakan sesuai kebijakan perusahaan, namun lebih jauh harus bisa dilihat faktor-faktor keberhasilan atas program-program yang dilaksanakan. Jika terdapat suatu program yang belum optimal, maka dapat dijadikan pelajaran dalam melaksanakan program-program selanjutnya bagi

perusahaan sebagai wujud kesungguhan perusahaan atas tanggung jawab sosialnya.

Faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* adalah analisis yang mendefinisikan indikator suatu keadaan, yang ikut menyebabkan terjadinya sesuatu sehingga, keadaan tersebut dinyatakan berhasil dalam wujud kepedulian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Faktor keberhasilan CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan berdasar pada visi, misi, budaya, lingkungan dan profil, risiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan komunitas dan lingkungan sekitar, yang merupakan titik awal yang sangat baik menuju pendekatan CSR yang lebih luas. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Penerapan program CSR dikalangan perusahaan di Indonesia belakangan ini marak diimplementasikan perusahaan, mengalami evolusi, dan metamorfosis dalam rentang waktu yang panjang. Seiring berkembangnya waktu, masyarakat tidak sekedar menuntut perusahaan untuk menyediakan barang dan jasa yang diperlukan, melainkan juga menuntut untuk bertanggungjawab secara sosial (Ilona, 2016: 6).

Berbagai program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan sebagai kegiatan sosial perusahaan kepada masyarakat sekitar. Namun tidak selamanya program yang telah dilaksanakan tersebut dikatakan berhasil.

Program CSR dikatakan berhasil jika berpijak pada indikator dari keberhasilan CSR. Berdasarkan Ilona (2016: 12) ada dua indikator keberhasilan CSR yaitu indikator keberhasilan internal yang terbagi menjadi empat bidang meliputi: kebijakan perusahaan tentang *community development*, institusionalisasi kebijakan dalam organisasi, program *community development* dan alokasi biaya, kinerja atau *output* yang dihasilkan program, dan indikator keberhasilan eksternal yang terbagi menjadi tiga bidang meliputi: tingkat partisipasi program (mulai dari rencana, implementasi, hingga monitoring dan evaluasi), tingkat kemandirian masyarakat, dan keberlanjutan dari program.

PT. Telekomunikasi Indonesia adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom Group melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup, sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom Group juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan *edutainment*, termasuk *cloud-based and server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya.

Telkom sebagai salah satu BUMN terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang telekomunikasi, Telkom tidak terlepas dari tanggung jawab sosial terhadap masyarakat atau *Corporate Social Responsibility* (CSR)

dengan motto Telkom ada untuk Indonesia, tumbuh dan berkembang bersama-sama masyarakat Indonesia.

Telkom meyakini, meningkatnya kesejahteraan masyarakat akan berimbas pada tumbuh dan berkembangnya skala usaha Telkom. Oleh karenanya sejalan dengan paradigma CSR Telkom, dengan menerapkan prinsip *profit, people, planet* (3P) dalam praktik pelaksanaannya dan Telkom telah menetapkan kebijakan umum pelaksanaan CSR melalui, pemberlakuan peraturan Direks No.PD.701.00/1.00/PR.000/COP-A3000000/2014 tanggal 14 Oktober 2014 tentang Pengelolaan Telkom *Corporate Social Responsibility* (Telkom CSR), sehingga berdasarkan kebijakan umum tersebut program Telkom CSR dibagi menjadi Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan.

Program-program kemitraan yakni pemberian dana pinjaman lunak, pelatihan kewirausahaan, dan pengembangan kreativitas kepada para mitra binaan yang bergerak dalam usaha kecil menengah dan koperasi (UKM-K). Adapun program Bina Lingkungan terdapat delapan program yakni bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan dan pelatihan, bantuan kesehatan masyarakat, bantuan sarana umum, bantuan sarana ibadah, bantuan pelestarian alam, bantuan pengentasan kemiskinan dan bantuan peningkatan kapasitas mitra binaan.

Permasalahan pada indikator keberhasilan internal dengan bidang program dan alokasi biaya, dilihat dari laporan per triwulan program

kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan tahun 2017 yang tergambar dalam tabel sebagai berikut:

Tabel I.1
Anggaran dan Realisasi Program *Corporate Social Responsibility*
PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan
2017

Triwulan	Anggaran CSR	Persentase Tercapainya Realisasi
I	Rp. 1.686.849.983	94%
II	Rp. 1.675.486.450	107%
III	Rp. 1.624.013.742	66%
IV	Rp. 1.507.884.887	95%

Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan, 2017

Berdasarkan Tabel I.1, menunjukkan bahwa realisasi pada triwulan satu sampai dengan triwulan empat, mengalami ketidakstabilan antara anggaran atau alokasi biaya dengan penggunaan dana untuk program-program CSR. Adapun realisasi yang dapat mencapai bahkan melampaui anggaran terjadi pada triwulan dua dengan persentase 107%, namun pada triwulan berikutnya terjadi penurunan realisasi yang cukup signifikan, dengan persentase terendah sebesar 66%. Adapun persentase penggunaan dana CSR dari anggaran CSR untuk program kemitraan sebesar 90% dan untuk program bina lingkungan sebesar 10% dari anggaran CSR. Namun, keberhasilan Telkom dalam menyalurkan dana CSR untuk program kemitraan hanya mencapai 84% sedangkan untuk program bina lingkungan mencapai 6%.

Permasalahan yang ditemui dalam indikator keberhasilan internal CSR pada bidang kinerja atau *output* yang dihasilkan program, dilihat dari

laporan per triwulan program kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan tahun 2017, seperti yang tertera pada Tabel I.2:

Tabel I.2
Kunjungan dan *Collection* Mitra Binaan Bermasalah
PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan
2017

Wilayah CSR	Jumlah Pinjaman Macet	Keterangan
Palembang	Rp. 56.989.921	5 mitra binaan rumah dijual atau pindah alamat
Baturaja	Rp. 152.647.445	13 mitra binaan alamat tidak ditemukan
Lubuk Linggau	Rp. 56.210.357	4 mitra binaan jangkauan jauh diluar Baturaja

Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan, 2017

Berdasarkan data Tabel I.2, program kemitraan menunjukkan kinerja atau *output* yang dihasilkan program masih terdapatnya, mitra binaan yang bermasalah dengan pengembalian dana pinjaman lunak. Adapun mitra binaan yang bermasalah dengan *collection* (koleksi angsuran) dan kunjungan yang paling banyak yakni, terjadi pada Kabupaten Baturaja sebanyak 13 mitra binaan dengan jumlah pinjaman macet atau tunggakan yang cukup besar. BUMN Pembina juga tidak dapat menagih atau kunjungan secara langsung kepada mitra binaan, dengan alasan alamat mitra binaan jauh dari jangkauan Kabupaten Baturaja.

Permasalahan yang ditemui dari indikator keberhasilan eksternal CSR pada bidang tingkat partisipasi dari implementasi program, berdasarkan hasil dari informasi atau data yang penulis peroleh bahwa dalam implementasi CSR pada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan, mitra

binaan tidak menyampaikan laporan hasil perkembangan usaha kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan.

Masalah yang ditemui dari indikator keberhasilan eksternal CSR yang terdapat pada bidang tingkat partisipasi dari monitoring program, berdasarkan hasil informasi dari wawancara penulis dengan asisten manajer *Community Development Center* (CDC) PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan dinyatakan bahwa, monitoring secara intensif tidak dilakukan terhadap perkembangan usaha kecil menengah mitra binaan karena kurangnya personil.

Masalah lain dilihat dari indikator keberhasilan eksternal CSR pada bidang tingkat partisipasi dalam evaluasi program, dari hasil wawancara penulis dengan asisten manajer *Community Development Center* (CDC) PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Sumatera Selatan bahwa, mereka beranggapan ketika program telah dilaksanakan ataupun dana telah dikururkan maka program berhasil direalisasikan, artinya tanpa melihat tujuan yang ingin dicapai program. Berdasarkan teori, evaluasi merupakan proses formal untuk menilai keberhasilan program CSR dengan cara membandingkan antara hasil dari program CSR dengan tujuan CSR yang ingin dicapai.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulisan penelitian ini diberi judul **“Analisis Faktor-Faktor Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang maka, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimanakah faktor-faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* pada PT. Telekomunikasi Indonesia Wilayah Telkom Sumatera Selatan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesempatan untuk mempelajari secara mendalam dan menambah wawasan yang berkaitan dengan faktor-faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility*.

2. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Wilayah Telkom Sumatera Selatan

Sebagai bahan masukan yang positif dan bahan evaluasi tentang pentingnya memperhatikan faktor-faktor keberhasilan *Corporate Social Responsibility* untuk menjamin keberlangsungan perusahaan dan meningkatkan citra perusahaan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Penerbit PT. Refika Aditama.
- Gabriela Handjaja. 2013. Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility di Perusahaan Multilevel Marketing PT. Harmoni Dinamik Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No.2 (2013)*. Diakses tanggal 24 November 2017, pukul 22.52. (<http://webhosting.ubaya.ac.id/~journalubayaac/index.php/jimus/article/view/458>).
- Hamdani. 2016. *Good Corporate Governance; Tinjauan Etika Dalam Praktik Bisnis*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Ida Mentayani dan Rusmanto. 2016. Model Implementasi Corporate Social Responsibility Program Kemitraan pada Mitra Binaan BUMN di Provinsi Kalimantan Selatan. *JOM STIE Nasional Banjarmasin Vol.16 No. 3 (2016)*. Diakses tanggal 24 November 2017, pukul 23.16. (<http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/download/936/822>).
- Ilna Vicenovie Oisina Situmeang. 2016. *Corporate Social Responsibility; Dipandang Dari Perspektif Komunikasi Organisasi*. Yogyakarta: Cetakan Pertama. Penerbit Ekuilibria.
- Ismail Solihin. 2015. *Corporate Social Responsibility; From Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Leli Nirmalasari dan Saeful Umum. 2014. Corporate Social Responsibility: Respon Publik dan dampaknya pada Corporate Image pada PT. PLN cabang Bandung. *Studi dan Accounting Research Vol.XI No.2 (2014)*. Diakses tanggal 29 November 2017, pukul 21.46. (<http://stiestembi.ac.id/.../4.%20Leli%20Nirmalasari%20STAR%20Vol%20XI,%20No%20%20>).
- Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Penerbit PT. Bumi Aksara.
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-09/MBU/07/2015 Tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara*. 2015. Jakarta: Kementerian Badan Usaha Milik Negara.
- Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-02/MBU/7/2017 Tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara*. 2017. Jakarta: Kementerian Badan Usaha Milik Negara.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas*. 2012. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia.

- PT. Telekomunikasi Indonesia. 2017. Diakses 20 November 2017. (www.telkom.co.id/profil). Bandung: Kantor Pusat Telkom
- Revita Novi Bintari. 2013. Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Mencapai Sustainable Growth studi kasus pada PT. Suprama. *Jurnal Ilmu Riset dan Akuntansi Vol.2 No.2 (2013)*. Diakses tanggal 5 Desember 2017, pukul 19.09. (<https://ejournal.stiesia.ac.id/jira/article/viewFile/81/80>).
- Totok Mardikanto. 2014. *Corporate Social Responsibility; Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Cetakan Kesatu. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. 2007. Diakses tanggal 25 November 2017. (www.hukumonline.com).
- V. Wiratna Sujarweni. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.