

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom) adalah perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media, and Edutainment*) terbesar di Indonesia. Pada tanggal 23 Oktober 1865, Telkom pengoprasikan layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Jakarta ke Bogor yang pada akhirnya Telkom mengalami berbagai transformasi.

Sejak 1 Juli 1995, PT. Telkom menghapus struktur wilayah usaha telekomunikasi (WTTEL) dan secara *de facto* meresmikan era Divisi *Network*. Badan Usaha utama dikelola oleh 7 divisi regional dan 1 divisi *network*. Tugas Divisi Regional adalah menyelenggarakan jasa telekomunikasi di wilayah masing-masing divisi dan untuk divisi *network* akan menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh melalui pengoprasian jaringan transmisi jalur utama nasional.

Berikut merupakan beberapa divisi yang tersedia di PT. Telkom antara lain:

- 1) Divisi Regional I, Sumatera.
- 2) Divisi Regional II, Jakarta dan sekitarnya.
- 3) Divisi Regional III, Jawa Barat.
- 4) Divisi Regional IV, Jawa Tengan dan Yogyakarta.
- 5) Divisi Regional V, Jawa Timur.
- 6) Divisi Regional VI, Kalimantan.
- 7) Divisi Regional VII, Kawasan timur Indonesia (Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku dan Papua).

Transformasi terakhir dari Telkom disebut dengan *New Telkom Indonesia* yaitu transformasi dalam bidang bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi, dan yang terakhir adalah transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut diluncurkan bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada tanggal 23 Oktober 2010 dan Telkompun membuat tagline baru yaitu “*The World in Your Hand*”.

Bersamaan dengan lahirnya *New Telkom Indonesia*, dengan semangat *positioning* baru *life confident* manajemen dan seluruh karyawan Telkom berupaya memperlihatkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *stakeholders*.

1.1.2 Visi dan Misi Telkom

a. Visi

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

b. Misi

- Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
- Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- Mengokestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

1.1.3 Logo Telkom



Gambar 1. 1
Logo PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk
Sumber: www.telkom.co.id

Berhubungan dengan tujuan dari Telkom Indonesia yaitu **“Mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberikan nilai tambah bagi para pemaku kepentingan”**, Telkom Indonesia terus berupaya memberikan pelayanan terbaik sehingga dapat memberikan kontribusi bagi bangsa Indonesia dan pada akhirnya akan mewujudkan misinya yaitu **“Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat”**.

Sebagai perusahaan digital telco terbesar di Indonesia, Telkom melambangkan logo perusahaan yang terdiri dari bentuk lingkaran yang berarti kedinamisan perusahaan dan juga simbolisasi dunia, serta tangan kanan yang ramah dalam meraih dunia tersebut. Dengan warna merah, putih, dan abu-abu sebagai warna identitas perusahaan serta warna merah dan putih yang menjadi identitas Indonesia.

Selain itu, logo Telkom Indonesia juga dilengkapi dengan tagline ***“The World In Your Hand”*** yang berarti bahwa Telkom Indonesia berkomitmen untuk membuat segalanya menjadi lebih mudah dan menyenangkan dalam mengakses dunia.

Arti warna yang digunakan pada Logo Telkom Indonesia adalah sebagai berikut:

a. Merah

Melambangkan *spirit* Telkom Indonesia untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perubahan.

b. Putih

Melambangkan *spirit* Telkom Indonesia untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.

c. Abu – Abu

Melambangkan teknologi.

d. Hitam

Melambangkan kemauan yang keras.

1.1.4 Profil Unit *Community Development Center* (CDC) Telkom

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk., atau biasa disebut dengan Telkom merupakan perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap yang terbesar di Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mempunyai komitmen untuk senantiasa menjamin hubungan yang harmonis dengan lingkungan di wilayah usaha berupa kegiatan social kemasyarakatan dan merupakan tanggung jawab sosial.

Kementrian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai Pembina seluruh BUMN, juga merespon adanya peningkatan partisipasi BUMN terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat serta lingkungan sekitar wilayah usaha BUMN lebih kondusif dengan mengeluarkan Keputusan Menteri BUMN

nomor: PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) dan Keputusan Direksi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Nomor KD.12/PS150/COP-B0030000/2006 tanggal 13 September 2006, tentang pembentukan. Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan selanjutnya dikelola oleh unit yang disebut *Community Development Center* (CDC).

Seluruh instansi BUMN diwajibkan untuk melakukan pembinaan usaha kecil dan koperasi dalam rangka mendukung pemerintah untuk mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, menciptakan pemerataan pembangunan dengan perluasan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, mengembangkan potensi yang dimiliki oleh usaha kecil dan koperasi agar menjadi tangguh dan mandiri sehinggalah menjadi pilar ekonomi nasional dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta mendorong tumbuhnya kemitraan antara BUMN dengan pengusaha kecil serta koperasi.

1.1.5 Visi dan Misi Unit *Community Development Center* (CDC)

a. Visi Unit *Community Development Center* (CDC)

- Menjadi role model pengelola PKBL di lingkungan BUMN.
- Menjadi pelopor implementasi CSR.

b. Misi Unit *Community Development Center* (CDC)

- Peduli dan komitment kepada pemberdayaan ekonomi, sosial, dan lingkungan.
- Mencerdaskan masyarakat melalui Pendidikan InfoCom.
- Meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
- Menjaga kesinambungan lingkungan.

1.1.6 Produk/Layanan

Adapun produk atau layanan yang diberikan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) adalah sebagai berikut:

a. Telepon, Data, dan Internet

- IndiHome Fiber adalah layanan *Triple Play* dengan teknologi 100% fiber yang terdiri dari Internet Fiber atau *High Speed Internet* (internet cepat), *Interactive TV (UseeTV)* dan *Phone* (telepon rumah).
- Telepon tetap (PSTN) adalah layanan yang pernah menjadi monopoli Telkom di Indonesia.
- Flexi adalah layanan telepon, data dan internet berbasis *fixed wireless CDMA*.
- TelkomNet Instan adalah layanan akses internet *dial up*.
- TelkomNet Astinet adalah layanan akses internet berlangganan dengan fokus perusahaan.
- Speedy adalah layanan akses internet dengan kecepatan tinggi (*broad band*).
- *Business (i-deal, i-manage, i-settle, i-Xchange, TELKOMWeb Kiostron, TELKOMWeb Plazatron)*.
- TELKOMNet *Whole Sale (VPN Dial)* adalah layanan akses *dial up* ke internet suatu perusahaan yang dilakukan secara *remote* dan *mobile* melalui jaringan data berbasis TCP IP (MPLS/tunneling) pada TELKOMNet.
- TELKOM ISDN adalah jaringan digital yang menyediakan layanan telekomunikasi multimedia, pengembangan dari sistem telepon yang telah terintegrasi atau disatukan.
- *E-Health* adalah sistem informasi dan aplikasi mengenai Kesehatan (*ePuskesmas, ePharmacy, HIE (Health Information Exchange)*).

1.2 Latar Belakang

Adanya perubahan tingkat kesadaran masyarakat di Indonesia tentang perkembangan dunia usaha, menyebabkan munculnya kesadaran baru tentang

bagaimana pentingnya melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial adalah salah satu upaya bagi perusahaan untuk membina hubungan yang baik dengan masyarakat Indonesia. CSR sendiri memiliki makna bahwa sama seperti individu, perusahaan memiliki tugas untuk berlaku dengan jujur, mematuhi aturam hukum, menjunjung tinggi integritas, dan tidak melakukan korupsi.

Alasan adanya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* karena program ini akan memberikan keuntungan atau manfaat yang tidak akan terputus bagi masyarakat. Salah satu keuntungan program CSR bagi masyarakat adalah masyarakat akan mendapatkan fasilitas umum yang terpelihara dan fasilitas masyarakat yang sifatnya sosial yang berguna untuk masyarakat khususnya yang berada di sekitar perusahaan berdiri.

Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen yang dibangun oleh perusahaan yang memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat di Indonesia. CSR di Indonesia diatur dalam Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang – Undang tersebut menyebutkan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Dengan adanya CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan maka akan menimbulkan citra baik bagi perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) ini harus dilakukan oleh perusahaan, perusahaan-perusahaan yang sudah melakukan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* antara lain adalah Pertamina. Salah satu program CSR yang dilakukan oleh Pertamina adalah pengembangan energi hijau sebagai tanggungjawab terhadap dampak operasi. Selain Pertamina, PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) juga melakukan program CSR. Salah satu program CSR yang dilakukan oleh PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) adalah JNE Hijau, JNE Hijau sendiri merupakan program tanggungjawab sosial perusahaan JNE di bidang pelestarian lingkungan. Tujuan dari program CSR JNE Hijau ini

diantaranya untuk mendukung Gerakan pungut sampah dan pemuatan taman kota ilmu pengetahuan.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk atau yang biasa disebut Telkom merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* (TIME) terbesar di Indonesia. Telkom sendiri melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan yang mencakup kedalam 3 aspek keberlanjutan (*sustainability*), yaitu Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan. Telkom menerapkan program CSR untuk mendorong kegiatan ekonomi dan terciptanya pemabangunan yang merata melalui perluasan lapangan kerja, pengembangan usaha kecil, mengembangkan koperasi agar menjadi mandiri dan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Telkom secara aktif membantu melakukan usaha pemerataan informasi dan penetrasi jaringan internet di sekolah – sekolah yang masih kurang.

Telkom telah menjalankan kebijakan dan strategi Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) melalui program utama “SHARE” yang sejalan dengan nilai utama GCG & ISP 26000 untuk mendukung pencapaian target Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), dengan rincian sebagai berikut:

1. Sustaining Digital Community Education to Support Crowdsourcing Proliferation

Mendorong keberlanjutan kluster digital Pendidikan melalui perintisan digitalisasi edukasi masyarakat, talenta indonesia, dan infrastruktur digital untuk inklusi pendidikan.

2. Harnessing SME Digital Transformation To Drive Economic Growth

Mengoptimalkan kluster digital UMK melalui pembentukan UMK Millenials, peningkatan kapasitas UMK Binaan berdasarkan pendekatan Go Modern – Go Digital – Go Online – Go Global, pengembangan digital platform UMK, dan peningkatan kualitas salur dan collection.

3. Accelerating Synergy Initiative To Foster Smart Digital Ecosystem

Mewujudkan digitalisasi aspek kehidupan masyarakat menuju klaster masyarakat digital melalui sinergi kelembagaan, penggelaran infrastruktur ekosistem desa digital, dan pemberdayaan komunitas.

4. Revitalizing Excellent TJSL Digitalization And Data Analytics

Memperkuat upaya digitisasi dan digitalisasi pengelolaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan melalui peningkatan dan pemeliharaan sistem informasi, pemanfaatan data analytics dan decision support system dalam pengambilan keputusan strategis.

5. Enabling Strong TJSL Branding Governance, & Reporting Management

Menyelaraskan implementasi tata Kelola dan kepatuhan serta peningkatan positive image TJSL perusahaan melalui pengelolaan mutu dan proses, penguatan komunikasi dan branding, pelaporan kinerja dan pengawalan audit, serta dukungan pelayanan dan operasionalisasi TJSL.

Program TJSL menjadi salah satu upaya Telkom untuk berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan. Melalui Program TJSL, Telkom menjalankan Langkah strategis dalam bidang sosial dan lingkungan guna mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), yaitu :

- a) Bantuan sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan
- b) Program penanggulangan kelaparan dan menghilangkan segala bentuk kekurangan gizi
- c) Dukungan penanggulangan pandemi COVID-19
- d) Dukungan infrastruktur digital untuk inklusi Pendidikan
- e) Edukasi talenta digital untuk mendukung peningkatan literasi digital nasional
- f) Bantuan sarana sanitasi dan air bersih
- g) Pemberdayaan usaha mikro dan usaha kecil
- h) Bantuan infrastruktur dan sarana umum

- i) Pengembangan desa binaan unggulan
- j) Program pengembangan pemukiman berkelanjutan
- k) Bantuan penanganan perubahan iklim
- l) Pencegahan kekerasan dan memerangi terorisme

Penyelenggaraan program TJSL dilaksanakan secara efektif melalui peningkatan Kerjasama sinergi internal Telkom Group maupun eksternal melalui institusi/lembaga yang terkait dengan bidang TJSL. Telkom mendorong peran aktif masyarakat dan pemangku kepentingan terkait lainnya, sehingga program-program TJSL BUMN dapat memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat, termasuk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian.

CSR yang dilaksanakan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk biasa disebut dengan PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). PKBL sendiri memiliki wewenang dalam pengelolaan dan pelaporan aktifitas sosial yang dilaksanakan, sehingga pada akhirnya PKBL mempunyai kedudukan yang mandiri dan memiliki kewajiban untuk menyajikan laporan keuangan secara terpisah. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk dikelola oleh unit yang disebut dengan *Community Development Center (CDC)*.

Program Kemitraan merupakan program pemberdayaan kompetensi ekonomi kaum marginal untuk meningkatkan pendapatan melalui kegiatan usaha skala mikro, kecil dan menengah, dilakukan dengan memberikan dana pinjaman berbunga rendah yang disisihkan dari sebagian laba usaha BUMN. Program pemberdayaan ekonomi kaum marginal dilakukan melalui program :

- a) Pemberian dana pinjaman lunak
- b) Pelatihan kewirausahaan
- c) Pengembangan kreativitas kepada para Mitra Binaan yang bergerak dalam usaha kecil menengah dan koperasi (UKM-K)

Program Bina Lingkungan, sesuai ketentuan Kementerian BUMN, kegiatan dalam Program Bina Lingkungan (PBL) meliputi delapan bidang.

Kesemuanya merupakan kegiatan filantropi dari Telkom, yaitu: 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.

- a) Bantuan korban bencana alam
- b) Bantuan pendidikan dan pelatihan
- c) Bantuan kesehatan masyarakat
- d) Pengembangan prasarana dan sarana umum
- e) Bantuan sarana ibadah
- f) Bantuan pelestarian lingkungan
- g) Bantuan pengentasan kemiskinan
- h) Peningkatan Kapasitas Mitra Binaan

Penyelenggaraan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT Telekomunikasi Indonesia ini dilaksanakan secara efektif melalui peningkatan Kerjasama sinergi internal Telkom Group maupun eksternal melalui insitusi/lembaga yang terkait dengan bidang CSR. Telkom mendorong peran aktif masyarakat dan pemangku kepentingan terkait lainnya, sehingga program-program CSR BUMN dapat memberikan kontribusi yang positif kepada masyarakat, termasuk dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian.

Sejak tahun 2016, Telkom mengimplementasikan layanan pengajuan pinjaman dana Program Kemitraan melalui website SmartBisnis serta pembayaran angsuran melalui virtua account Bank Mandiri dan Bank BNI. Mulai tahun 2017, Telkom mulai menerapkan perluasan metode pembayarn angsuran melalui virtual account lewat sinergi dengan Entitas Anak yaitu PT Finnet Indonesia sebagai aggregator payment point non-bank dan payment point antara lain PT Poas Indonesia, PT Pegadaian, dan gerai mini market.

Tahun 2018, Telkom melakukan inovasi program CSR berupa Smart Survey yang memiliki fungsi untuk membantu proses survei usaha calon mitra

binaan dalam upaya meningkatkan tingkat validitas dan akurasi calon mitra binaan.

Sepanjang tahun 2019, Telkom telah melakukan berbagai terobosan baru dalam aspek di digitalisasi proses bisnis program CSR, termasuk didalamnya adalah Dashboard CSR sebagai pusat pelaporan data pengelolaan program CSR dan aktivasi helpdesk CSR sebagai tempat komunikasi antara pengelola program CSR dan mitra binaan. Dilanjut lagi pada tahun 2021, Telkom Kembali melakukan digitalisasi pengelolaan Program Pendanaan UMK mulai dari bantuan modal UMK sampai dengan monitoring pengembalian pinjaman melalui implementasi UKM Access. Semua upaya digitalisasi pengelolaan program CSR ini memiliki tujuan untuk memberikan pengalaman kepada semua mitra binaan dalam mengakses layanan program CSR.

Berikut merupakan sebagian daftar Calon Objek Bantuan (COB) yang telah dibantu oleh PT Telkom sepanjang tahun 2022:

Tabel 1.1

Daftar Calon Objek Bantuan (COB)

Nama COB	Nama Kegiatan
Yayasan Pondok Pesantren Mabadi'ul Ihsan	Pembangunan MCK SMA Plus Cordova di Pondok Pesantren Mabadi'ul Ihsan Banyuwangi
TELKOMSAT	Bantuan Internet Gratis Selama 12 Bulan Untuk Masyarakat di Dusun 1 Wonosari
Forum Pembaruan Kebangsaan (FPK) Kota Adm Jakarta Pusat	Bakti Sosial untuk Masyarakat Kurang Mampu di Wilayah DKI Jakarta
TK Sandhy Putra Telkom Gorontalo	Bantuan Penyediaan Alat Permainan Edukatif

EVP Witel NTB	Bantuan Laboratorium Komputer untuk SDN 01 Kuta Lombok dan MTs Negeri 03 Desa Kuta
Batalyon Komando Kopasgat Pengurus Masjid Salsabila Yonko 465	Pembangunan Masjid Salsabila Yonko 465 Paskhas
Telkom University	Kelola Sampah Komunal Melalui Pemanfaatan Sistem Operasional Pengelolaan Sampah & Aplikasi Mobile
SMK Telkom Makassar	Pelatihan IT untuk Penyandang Disabilitas SMK Telkom Makassar
Yayasan Inovasi Muda Indonesia	Implementasi Program Desa Binaan Healing Tourism
Yayasan Samudra Zam-Zam	Pembangunan Sumur Bor di Desa Billa
Ikatan Alumni SMAN 1 Margahayu	Pembangunan Lapangan Futsal SMAN 1 Margahayu

Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

Seluruh kegiatan unit CDC yang dijalankan oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Bandung terus diupayakan agar selaras dengan konsep dasar CSR, yaitu membantu untuk mengatasi atau mengurangi permasalahan yang ada di masyarakat, mengusahakan terjadinya perubahan perilaku masyarakat, dan mengupayakan pencapaian kesejahteraan kehidupan masyarakat.

Program – program yang telah dilaksanakan oleh PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Jalan Japati Bandung adalah sebagai berikut:

- a) Program CSR dalam bidang ekonomi yang dinamakan dengan Program Kemitraan. Pada program kemitraan ini, Telkom memberikan bantuan berupa pinjaman modal usaha bagi UKM dan UMKM yang harus dikembalikan dalam periode 2 tahun.

- b) Program CSR dalam bidang sosial yang dinamakan dengan Program Bina Lingkungan. Pada program ini, pihak Telkom memberikan bantuan yang bersifat hibah atau tidak dikembalikan. Bantuan ini berupa fasilitas Kesehatan masyarakat, bantuan fasilitas umum, bantuan untuk Pendidikan, pembangunan dan perbaikan tempat ibadah, bantuan korban bencana alam, bantuak pelestarian lingkungan, dan terakhir yaitu bantuan pengetas kemiskinan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA *COMMUNITY DEVELOPMENT CENTER* (CDC) PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk BANDUNG**”

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti apa yang diterapkan oleh *Community Development Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung?
- b. Bagaimana penentuan penganggaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Community Development Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung?
- c. Bagaimana persetujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Community Deevopment Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui Perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) seperti apa yang diterapkan oleh *Community Development Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung

- b. Mengetahui Bagaimana penentuan penganggaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Community Development Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung
- c. Mengetahui persetujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Community Deevlopment Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan, baik untuk aspek teoritis dan aspek praktis. Adapun kegunaan yang diharapkan dapat diperoleh dari analisis ini adalah sebagai berikut:

- a. Teoritis

Secara teoritis, hasil ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membuktikan teori yang sudah ada dan untuk upaya pengemangan ilmu manajemen pemasaran mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR)

- b. Praktis

Sebagai bahan masukan dan pemikiran yang berguna bagi pihak manajemen PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Jalan Japati Bandung dalam mengambil kebijakan dan keputusan terkait implementasi CSR.

1.6 Batasan Masalah

1. Periode penelitian berlangsung selama 6 bulan, mulai dari 17 Januari hingga 15 Juli 2022.
2. Penelitian ini dilakukan di unit *Community Development Center* (CDC) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Bandung.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

a. Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

b. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab Ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik penelitian serta teori-teori yang berhubungan dengan *personal selling* dan volume penjualan dalam buku teks, maupun temuan-temuan terbaru yang ditulis dalam jurnal yang terpercaya.

c. Bab III Metode Penelitian

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang di gunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

d. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini hasil penelitian dan pembahasannya di uraikan secara kronologis dan sistimatis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Sistimatika pembahasan ini jelas luas cakupan, batas dan benang merahnya dengan menjelaskan sub - judul tersendiri seperti hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini menjelaskan hasil analisis yang telah di lakukan oleh peneliti serta keseluruhan bab yang berada dalam penelitian ini dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan tersebut merupakan jawaban dari perumusan masalah dan adanya saran atau solusi.