

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN DAMPAK *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Studi Kasus pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi



Oleh:

Andrianus Susanto
NIM : 062114016

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2011**

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN DAMPAK *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Studi Kasus pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

S K R I P S I

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Akuntansi



Oleh:

Andrianus Susanto
NIM : 062114016

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2011**

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

SKRIPSI

**PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
DAMPAK *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
Studi Kasus pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta**



Oleh :

Andrianus Susanto

NIM : 062114016

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing,

Dr. Fr. Ninik Yudianti., M. ACC, QIA

04 Juli 2011

SKRIPSI

**PENGARUH LABA TERHADAP CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN DAMPAK CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP KESEJAHTERAAN
MASYARAKAT**

Studi Kasus pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Andrianus Susanto

NIM: 062114016

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 27 Juli 2011

Dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Nama Lengkap

Tanda Tangan

| | |
|------------|--|
| Ketua | Firma Sulistiyowati, S.E., M.Si., QIA. |
| Sekretaris | Josephine Wuri, S.E., M.Si. |
| Anggota | Dr. Fr. Ninik Yudianti, M.Si., Akt., QIA. |
| Anggota | Ir. Drs. Hansiadi Yuli H., M.Si., Akt., QIA. |
| Anggota | A. Diksa Kuntara, S.E., MFA., QIA |

[Handwritten signatures of the exam board members]

Yogyakarta, 29 Juli 2011

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan



Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt., QIA

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

MOTTO

Bekerjalah bagaikan tak butuh uang. Mencintailah bagaikan tak pernah disakiti. Menarilah bagaikan tak seorang pun sedang menonton.

(Mark Twain)

Kebanyakan dari kita tidak mensyukuri apa yang sudah kita miliki, tetapi kita selalu menyesali apa yang belum kita capai.

(Schopenhauer)

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh.

(Andrew Jackson)

Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah.

(Abu Bakar Sibli)

Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya pada diri saya sendiri.

(Muhammad Ali)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk:

Yesus Kristus dan Bunda Maria

Bapak dan Ibuku tercinta

Kakakku dan kakak iparku tersayang

Teman-teman dan sahabatku perjuangan

Seseorang yang aku idolakan selama ini...

God bless you all.....

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



**UNIVERSITAS SANATA DHARMA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI – PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Dampak *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat
Studi Kasus PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 27 Juli 2011 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 04 Juli 2011

Andrianus Susanto

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Sanata Dharma:

Nama : Andrianus Susanto

Nomor Mahasiswa : 062114016

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma karya ilmiah saya berjudul:

Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan
Dampak *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat
Studi Kasus pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta
Pada tanggal: 27 Juli 2011
Yang menyatakan



Andrianus Susanto

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, dan kesempatan yang dilimpahkanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Dampak *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat, Studi kasus PT. Telkom Kandatel Yogyakarta dengan sebaik-baiknya.

Tujuan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi program studi Akuntansi, jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan hasil yang terbaik dalam penulisan skripsi ini dan tidak mungkin terwujud tanpa adanya semangat, dorongan, bimbingan, dan bantuan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Rama Rektor Universitas Sanata Dharma yang telah memberikan kesempatan belajar dan mengembangkan kepribadian kepada penulis.
2. Ibu Dr. Fr. Ninik Yudianti., M.Acc, Q.I.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan waktu untuk memberi arahan, masukan, saran, kritik yang membangun, serta semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Bapak Sugeng suwonto, selaku Jom Hr Representative PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yang telah memberikan ijin dan bantuannya kepada penulis untuk melakukan penelitian di PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.
4. Bapak Bambang Sugeng, selaku Officer I PKBL PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yang banyak membantu dalam proses pengadaan data dan dukungan serta dampingannya dalam penyelesaian skripsi sehingga berjalan dengan lancar.
5. Bapak dan Ibuku tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang sampai sekarang, semoga aku bisa membahagiakan kalian.
6. Kakak ku (Murniyati) dan kakak ipar (Sutris), atas semua doa dan dukungan dan bantuannya.
7. Buat teman-teman brevet pajak atas dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.
8. Untuk sahabat-sahabatku: Denis, Frans, Agung N, Aji, Joko, Padam, Luci, Doni Adita, Vivi, Oky, July, yusti, Frengki, Bayu dan sahabat-sahabatku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, kalian semua telah menemaniku dalam suka maupun duka.
9. Mas Antok, yang telah banyak membantu dan terus memberikan masukan buat saya.
10. Teman-teman Kontrakanku: Denis, Oky, July terima kasih atas kebersamaannya selama ini tetap kompak selalu.
11. Semua teman-teman Akuntansi Universitas Sanata Dharma angkatan 2006, terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan persahabatanya.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

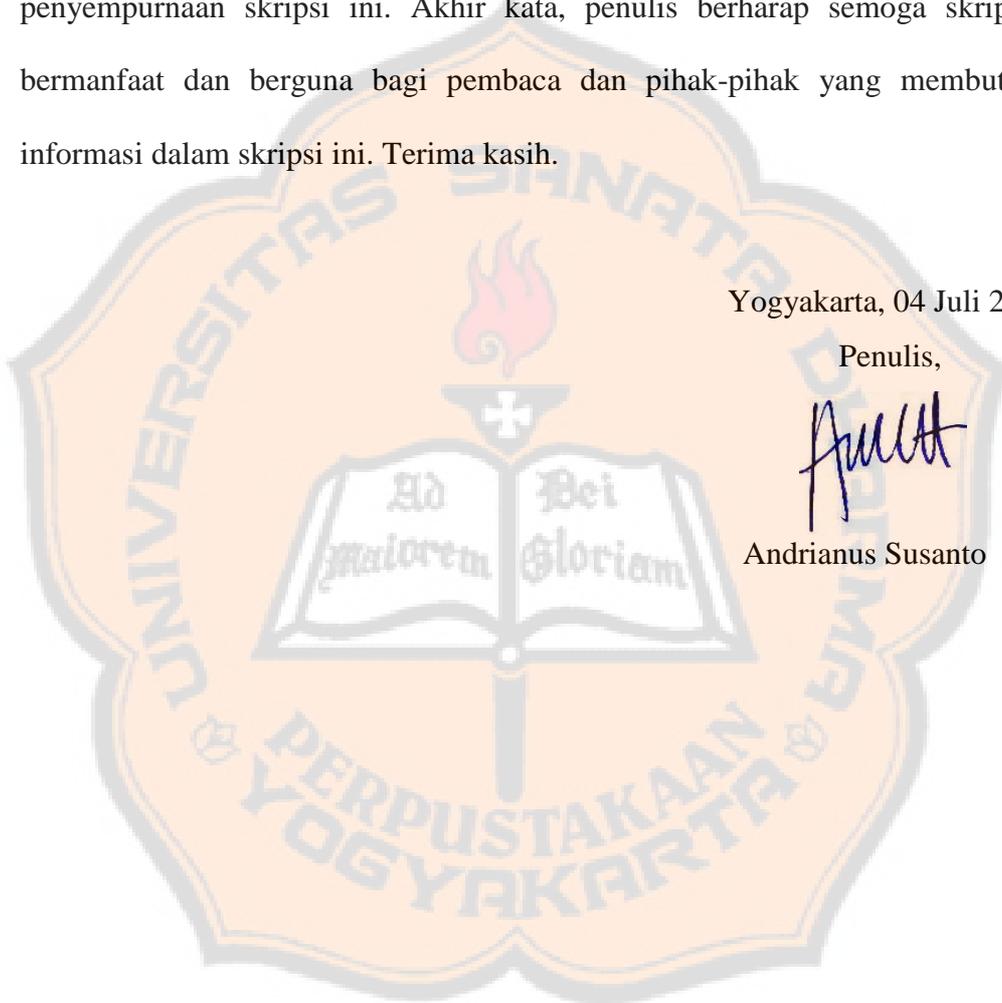
Penulis menyadari dan mengakui sepenuhnya bahwa skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan informasi dalam skripsi ini. Terima kasih.

Yogyakarta, 04 Juli 2011

Penulis,



Andrianus Susanto



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS | vi |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| ABSTRAK | xvi |
| <i>ABSTRACT</i> | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Batasan Penelitian | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 6 |
| E. Manfaat Penelitian | 6 |
| F. Sistematika Penelitian | 7 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) | 9 |
| 1. Definisi CSR | 9 |
| 2. Pengungkapan Tanggung CSR | 10 |
| 3. Aspek-aspek Dalam CSR | 15 |
| 4. Pengertian, Tingkatan, dan Prinsip Etika Bisnis | 16 |
| 5. Model Pelaksanaan CSR | 17 |
| B. Laba | 18 |
| 1. Definisi Laba | 18 |
| 2. Tujuan Pelaporan Laba | 19 |
| 3. Konsep Laba dalam Tataran Semantik | 20 |
| 4. Makna Laba | 20 |
| C. Kesejahteraan Masyarakat | 20 |
| 1. Definisi Kesejahteraan Masyarakat | 20 |
| 2. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat | 22 |
| 3. Pengaruh CSRG terhadap Kesejahteraan Hidup | 23 |
| 4. Hubungan Laba dan CSR | 23 |
| 5. Hubungan CSR dan Kesejahteraan Masyarakat | 24 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| A. Jenis Penelitian | 25 |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

| | |
|--|-----------|
| B. Populasi dan Sampel | 25 |
| C. Teknik Sampling | 26 |
| D. Tempat dan Waktu | 26 |
| E. Subjek dan Objek Penelitian | 26 |
| F. Jenis Data | 27 |
| G. Teknik Pengumpulan Data | 27 |
| H. Variabel yang diteliti dan Pengukurannya | 28 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | 30 |
| A. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 30 |
| B. Sejarah PT. Telkom Kandatel Yogyakarta | 32 |
| C. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 33 |
| D. Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 34 |
| E. Struktur Organisasi PT. Telkom Kandatel Yogyakarta | 36 |
| F. Unit <i>Community Development Center</i> (CDC) | 41 |
| G. Struktur Unit <i>Community Development Center</i> (CDC) | 42 |
| H. Bentuk Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 43 |
| I. CSR Program Kemitraan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta | 51 |
| BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 58 |
| A. Pengaruh Tingkat Laba Terhadap Adanya Program CSR | 59 |
| B. Pengaruh Program CSR Terhadap Peningkatkan Kesejahteraan Masyarakat | 61 |
| 1. Karakteristik Responden | 61 |
| 2. Indikator Peningkatkan Kesejahteraan Masyarakat | 66 |
| C. Pembahasan | 67 |
| BAB VI PENUTUP | 70 |
| A. Kesimpulan | 70 |
| B. Ketebatasan | 71 |
| C. Saran | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| LAMPIRAN | 74 |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1. Tema-tema Pengungkapan Sosial | 12 |
| Tabel 2. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006..... | 46 |
| Tabel 3. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2007..... | 47 |
| Tabel 4. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2008..... | 48 |
| Tabel 5. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2009..... | 49 |
| Tabel 6. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2010..... | 50 |
| Tabel 7. Kesesuaian Model | 59 |
| Tabel 8. Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of fit</i>) | 60 |
| Tabel 9. Pengaruh Tingkat Laba Terhadap <i>Program Corporate Social Responsibility</i> | 60 |
| Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 61 |
| Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama | 62 |
| Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 62 |
| Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 62 |
| Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Per Bulan Sebelum Menerima CSR..... | 63 |
| Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Per Bulan Setelah Menerima CSR | 64 |
| Tabel 16. Hasil Uji <i>Paired Sample T-Test</i> | 65 |
| Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan | 65 |
| Tabel 18. Bentuk Bantuan yang Diterima..... | 66 |
| Tabel 19. Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat..... | 66 |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|--|---------|
| Surat Permohonan Menjadi Subjek Penelitian | 75 |
| Daftar Kuesioner Untuk Responden | 76 |
| Surat Permohonan Ijin Penelitian | 79 |
| Lampiran 1. Dana Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 80 |
| Lampiran 2. Laba Bersih PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 80 |
| Lampiran 3. Regresi Laba Terhadap CSR | 81 |
| Lampiran 4. Karakteristik Responden | 82 |
| Lampiran 5. Penghasilan Setelah Menerima Program CSR | 91 |
| Lampiran 6. Pendapatan Per Capita Setelah Menerima Program CSR | 92 |
| Lampiran 7. Uji <i>Paired Sample T-Test</i> | 92 |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Telkom Kandatel Yogyakarta | 36 |
| Gambar 2. Struktur Organisasi CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk | 40 |



ABSTRAK

**PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN DAMPAK *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
Studi Kasus Pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta**

Andrianus Susanto
NIM: 062114016
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) pengaruh laba terhadap *corporate social responsibility*; 2) dampak *corporate social responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat.

Penelitian ini dilakukan dengan studi kasus pada PT. Telkom Kandatel Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, kuesioner, dan wawancara. Metode wawancara dan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang gambaran umum perusahaan. Metode kuesioner digunakan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan masyarakat Yogyakarta penerima bantuan program pembinaan kemitraan dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh laba terhadap *corporate social responsibility* dan dampak *corporate social responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat, penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa bahwa tingkat laba berpengaruh signifikan terhadap program *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan dampak program CSR yang dilakukan oleh PT. Telkom Kandatel Yogyakarta dapat dikatakan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF EARNINGS TOWARD CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY AND THE EFFECT OF CORPORATE
RESPONSIBILITY TOWARD SOCIETY'S WELFARE
A Case Study at PT. Telkom Kandatel Yogyakarta**

Andrianus Susanto
NIM: 062114016
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011

The purposes of this study were to know: 1) the influence of earnings toward corporate social responsibility: 2) the effect of corporate social responsibility toward society's welfare.

This study was a case study at PT. Telkom Kandatel Yogyakarta. The Techniques in collecting data were done by using documentation, questionnaire, and interview. Documentation and interview methods were used to get data about general view of the firm. Questionnaire method was used to know the level of Yogyakarta society's welfare who receive partnership development programme from PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

Based on the data analysis and discussion about the influence of earnings toward corporate social responsibility and the effect of corporate social responsibility toward society's welfare, it could be concluded that the level of earnings had significant influence toward corporate social responsibility programme. While the effect of CSR programme in PT. Telkom Kandatel Yogyakarta was able to directly increase the society's welfare.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu elemen penting dalam kerangka kelanjutan usaha suatu industri yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya. CSR adalah suatu komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawan, komunitas dan lingkungan sekitar, serta masyarakat luas. Pada dasarnya perusahaan dituntut untuk dapat membuat atau menjual produk sebanyak-banyaknya sehingga perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal, tapi pada kenyataannya banyak perusahaan telah mengabaikan tanggung jawabnya terhadap lingkungan eksternal. Tindakan-tindakan tidak etis yang dilakukan baik secara sengaja maupun tidak oleh perusahaan telah memberikan dampak pada masalah-masalah ekonomi, sosial, budaya, kesehatan dan lingkungannya. Jadi, perusahaan selain mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada *shareholders*, perusahaan juga diharapkan memiliki perhatian kepada *stakeholders*.

Program CSR pada dasarnya memiliki tujuan supaya perusahaan menjalankan bisnis dengan lebih bermartabat, bahkan dengan konsekuensi akan mengurangi *profit*. Pengusaha seharusnya menjalankan bisnis tidak semata untuk *profit* melainkan lebih dari itu. Kesadaran untuk menjalankan

bisnis bukan hanya sekedar untuk mencari *profit* semata kenyataannya masih minim dimiliki oleh sebagian pelaku bisnis di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian hanya 20 persen perusahaan besar di Indonesia yang melakukan program *Corporate Social Responsibility* (Kompas: 2003). Perusahaan yang mengabaikan kepedulian sosial hanya akan bertahan dalam waktu yang singkat karena banyaknya masalah yang harus dihadapi di lapangan, tetapi perusahaan yang bisa menyeimbangkan dunia usaha antara pelaku dan masyarakat sekitar relatif akan dapat berjalan dengan baik dan peluang untuk hidup dan berkompetisi dalam jangka panjang pun akan lebih terjamin.

Contoh kegiatan untuk program CSR yang dilakukan oleh perusahaan antara lain pemberian beasiswa, bantuan langsung bagi korban bencana, pemberian modal usaha, sampai pada pembangunan infrastruktur seperti pembangunan sarana olah raga, sarana ibadah maupun sarana umum lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Munculnya program CSR yang dijalankan oleh perusahaan telah membawa dampak pro dan kontra di tengah masyarakat. Pada satu sisi masyarakat dipuaskan oleh kehadiran program CSR yang memberi kesempatan kepada mereka untuk dapat menikmati perwujudan dari program tersebut, tapi di sisi lain masyarakat merasa bahwa program CSR ini hanya salah satu wujud dari pihak pelaksana program CSR untuk mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh *Enviroinic International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Princes of*

Busines Leader Forum (London) dari 25.000 responden di 23 negara menunjukkan dalam membentuk suatu opini sebuah perusahaan, 60 % responden mengatakan bahwa etika bisnis, dan penerapan program CSR paling berperan, sedangkan 40 % menyebutkan bahwa citra perusahaan dan *brand image* yang paling mempengaruhi kesan mereka.

Pada dasarnya perusahaan diarahkan untuk mendapatkan *profit* setinggi-tingginya melalui pemasaran suatu produk-produk yang telah dihasilkan. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, ada suatu kecenderungan suatu perusahaan pada saat ini berlomba-lomba melakukan program CSR sebagai salah satu strategi pemasarannya.

Penelitian Mapisangka (2009) menyatakan bahwa CSR memberikan suatu pengaruh terhadap peningkatan suatu kesejahteraan masyarakat. Hal ini penting, karena secara sebuah entitas bisnis keberadaan sebuah korporat tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dan *support* dari masyarakat. Pada sisi lain juga dapat dijelaskan bahwa, keberadaan perusahaan di suatu lingkungan masyarakat akan terasa nyaman dan tenang dalam kegiatan operasionalnya manakala masyarakat sekitar perusahaan bersifat kooperatif dengan perusahaan. Oleh karena itulah peranan CSR perusahaan sangat penting manakala perusahaan masih tetap ingin menjalankan fungsi bisnisnya. Berdasarkan pada hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian yang dilakukan oleh Mapisangka memberikan kesimpulan bahwa *corporate social responsibility goal* PT. BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat Batam. Hal ini terjadi

karena secara konseptual program-program CSR perusahaan sudah diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan sosial seperti terungkap pada rumusan visi dan misi perusahaan. Berdasarkan tujuan-tujuan CSR tersebut, implementasi kegiatan-kegiatan CSR perusahaan senantiasa akan mengikuti arah dari kepentingan perusahaan di tengah-tengah komunitas lingkungan hidup masyarakat. Tujuan-tujuan CSR tersebut seperti tujuan dalam kerangka tanggung jawab pendidikan, ekonomi, moral, filantropi (kedermawanan) dan tujuan dalam tanggung jawab hukum.

Sedangkan menurut Susanto (2007: 26) perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yakni *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dalam kaitannya dengan fungsi CSR, ketiga hal tersebut merupakan satu kesatuan aktifitas perusahaan yang dapat dilakukan secara simultan sesuai dengan kondisi sosio kemasyarakatan yang berkembang. Dengan menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungannya saja, akan tetapi juga dapat memberikan kontribusinya yang arif dan bijaksana dalam peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan.

Dalam penelitian tentang pengungkapan CSR di Bangladesh menemukan bukti bahwa faktor *profitabilitas* (dengan proksi *net profit margin*) mempunyai hubungan positif terhadap pengungkapan CSR. Walaupun demikian, proksi yang digunakan untuk mengukur *profitabilitas* berbeda. Penelitian ini menggunakan ROE sedangkan Hossain *et al.* (2006) menggunakan *net profit margin*. Hasil penelitian ini mendukung pendapat

Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006).

Hal-hal inilah yang menarik untuk dicermati dan diteliti oleh peneliti, terutama karena konsep CSR merupakan sesuatu yang relatif baru di Indonesia dan sedang berkembang pelaksanaannya. Oleh karena itu penulis bermaksud untuk meneliti :

Apakah ada pengaruh laba terhadap CSR dan dampak CSR terhadap kesejahteraan masyarakat?

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut

1. Apakah laba berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan?
2. Apakah tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat?

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini akan meneliti program CSR yang telah dilakukan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta hanya di bidang kemitraan.
2. Peneliti membatasi laporan keuangan yang berkaitan dengan pengaruh laba perusahaan yang diperoleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk terhadap adanya program CSR.

3. Peneliti akan meneliti tingkat kesejahteraan masyarakat penerima program CSR di bidang Pembinaan Kemitraan khususnya di wilayah Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat laba terhadap adanya program *Corporate Social Responsibility* perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh program *Corporate Social Responsibility* tersebut terhadap tingkat kesejahteraan suatu masyarakat terutama masyarakat penerima program *Corporate Social Responsibility*?

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk mengetahui tanggapan mahasiswa penerima program CSR. Selain itu juga penelitian ini diharapkan bisa membantu perusahaan dalam melihat manfaat dan hasil dari CSR yang selama ini telah dilakukan dan memberikan inspirasi dan masukan bagi perusahaan dalam melakukan program CSR di masa yang akan datang.

2. Bagi umum

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai CSR bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang CSR.

3. Bagi Universitas Sanata Dharma

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan informasi mengenai CSR, serta menjadi referensi untuk melakukan penelitian mengenai CSR.

4. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penulis untuk memperoleh pengetahuan dan untuk menerapkan ilmu yang didapat selama di bangku perkuliahan.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari enam bab yang terdiri dari :

Bab I : Pendahuluan

Bagian bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bagian bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan penulis.

Bab III : Metode Penelitian

Bagian bab ini menguraikan objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV : Analisis Hasil Penelitian

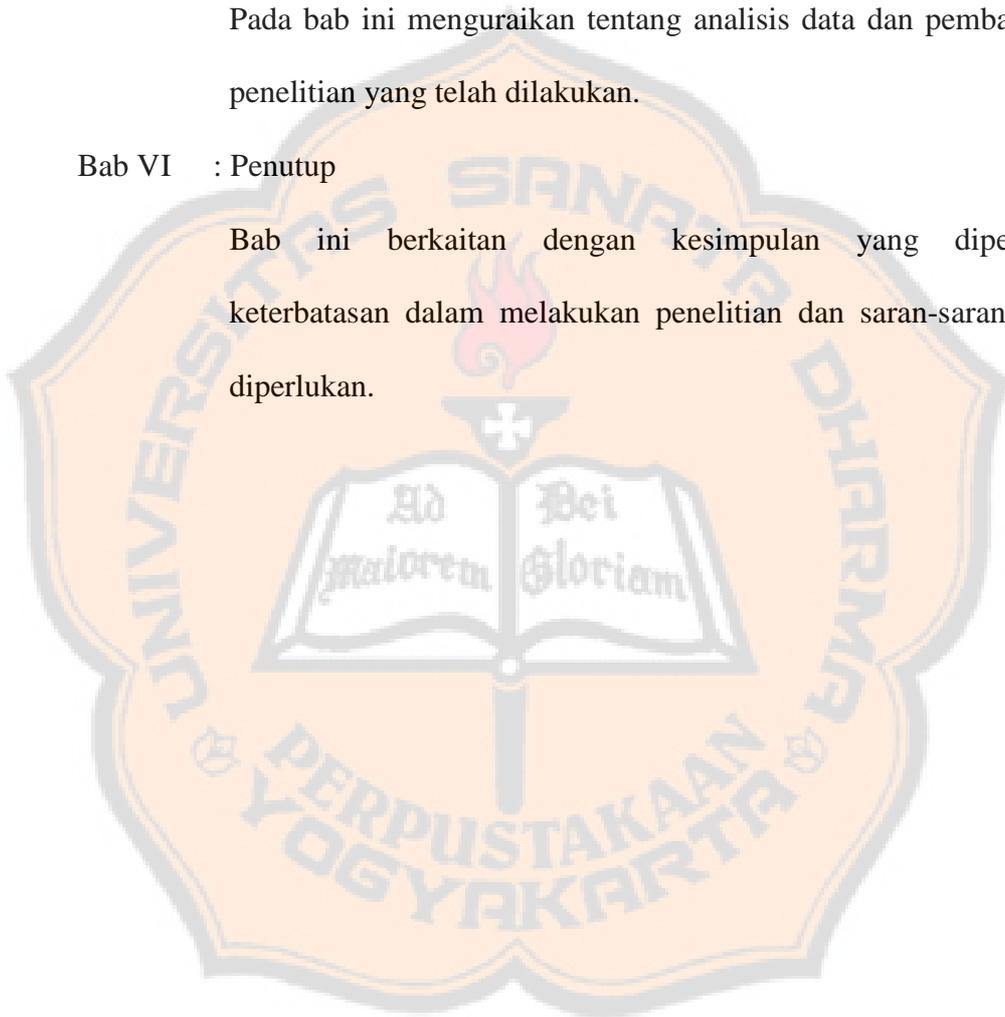
Bagian bab ini menguraikan deskripsi data, deskripsi variabel indeks tanggung jawab sosial perusahaan, dan statistik deskriptif.

Bab V : Analisis Dan Pembahasan

Pada bab ini menguraikan tentang analisis data dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan.

Bab VI : Penutup

Bab ini berkaitan dengan kesimpulan yang diperoleh, keterbatasan dalam melakukan penelitian dan saran-saran yang diperlukan.



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

1. Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Definisi dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) diartikan oleh bermacam-macam pihak yang berbeda-beda pengungkapannya, antara lain:

Menurut Darwin dalam Aggraini, 2006

"Corporate Social Responsibility adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum".

Menurut *Trinidad Bureau of Standard*

"Corporate Social Responsibility diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas"(Budimanta et al., 2008:76)

Menurut Kottler dan Nancy (2005: 4)

"Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan".

Dari pernyataan-pernyataan yang dikemukakan oleh berbagai pihak yang berbeda-beda di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk pengungkapan pertanggungjawaban suatu perusahaan baik terhadap masyarakat sekitar maupun pada lingkungan sekitarnya sebagai suatu kewajiban yang harus ditaati perusahaan. Sehingga perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan semata tetapi juga memperhatikan semua komponen-komponen yang terlibat dalam kegiatan usahanya.

2. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

a. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering disebut juga *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting* atau *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab organisasi (khususnya perusahaan) di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal, khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Sembiring, 2005: 381).

Perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya kepada publik biasanya dapat dilihat di dalam laporan tahunan perusahaan. Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang dikeluarkan oleh Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI), sebagaimana tertulis dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 1998) paragraf kesembilan secara implisit menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah lingkungan dan sosial, yang isinya sebagai berikut :

“perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting”.

PSAK di atas merupakan manifestasi kepedulian akuntansi akan masalah-masalah sosial yang merupakan wujud pertanggungjawaban sosial perusahaan.

b. Tema Pengungkapan Sosial

Menurut Sembiring (2005) yang diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996), di mana terdapat tujuh kategori yang terbagi 78 item pengungkapan. Item-item pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilaporkan Sembiring (2005) tersebut yaitu:

Tabel 1. Tema-tema Pengungkapan Sosial

| | |
|-----------|---|
| <p>a.</p> | <p>Aspek lingkungan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk mencegah terjadinya polusi. 2) Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi. 3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi telah atau akan dikurangi 4) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber daya alam. 5) Konversi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air, dan kertas. 6) Penggunaan material daur ulang. 7) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan. 8) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan. 9) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan. 10) Kontribusi dalam pembangunan sejarah. 11) Pengolahan limbah. 12) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan 13) Perlindungan lingkungan hidup. |
| <p>b.</p> | <p>Aspek kesehatan dan keselamatan tenaga kerja</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau risiko dalam lingkungan tenaga kerja. 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental. 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja. 4) Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja. 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja. 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja. 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja. |
| <p>c.</p> | <p>Lain-lain tentang tenaga kerja</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat. 2) Mengungkapkan presentase/jumlah tenaga kerja wanita/cacat dalam tingkat managerial. 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan. 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat. 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja. |

Tabel 1. Tema-tema Pengungkapan Sosial (Lanjutan)

| | |
|----|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 6) Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan. 7) Mendirikan pusat pelatihan tenaga kerja. 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan. 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan. 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktifitas rekreasi. 11) Pengungkapan presentase gaji untuk pensiun. 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan. 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan. 14) Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada. 15) Mengungkapkan disposisi staff-dimana staff ditempatkan. 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka. 17) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja. 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut. 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja. 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain. 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja. 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan. 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah. 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh. 25) Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja. 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan. 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum. 28) Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja. 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja. |
| d. | <p>Energi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi. 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi. 3) Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang. 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi. 5) Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk. |

Tabel 1. Tema-tema Pengungkapan Sosial (Lanjutan)

| | |
|----|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk. 7) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan |
| e. | <p>Produk</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya. 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk. 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan. 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen. 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan. 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk. 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan. 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan. 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat. |
| f. | <p>Keterlibatan masyarakat</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktifitas masyarakat, pelayanan, dan seni. 2) Tenaga kerja paruh waktu (<i>part-time employment</i>) dari mahasiswa atau pelajar. 3) Sebagai sponsor untuk kesehatan bagi masyarakat. 4) Membantu riset medis. 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar, atau pameran seni. 6) Membiayai program beasiswa. 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat. 8) Mensponsori kampanye nasional. 9) Mendukung pengembangan industry lokal. |
| g. | <p>Hal-hal umum</p> <ul style="list-style-type: none"> 1) Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. 2) Informasi yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas. |

Sumber: Sembiring 2005

3. Aspek – aspek dalam CSR

Wanadjaja (2008) membagi tujuh aspek untuk menilai CSR yaitu:

a. *Aspek organization of governance*

Perusahaan melakukan kegiatannya berdasarkan prinsip *governance* atau tidak.

b. *Aspek label practices*

Bagaimana praktik ketenaga kerjaan di perusahaan tersebut, apakah perusahaan membayar gaji di bawah upah minimum atau tidak.

c. *Aspek consumer issue*

Bagaimana perusahaan dalam melakukan treatment terhadap konsumennya.

d. *Aspek fair operating practices*

Bagaimana perusahaan atau organisasi dalam melakukan operasi kegiatannya fair atau tidak.

e. *Aspek human risk*

Misalnya perusahaan yang beroperasi melanggar ham atau tidak.

f. Aspek lingkungan

g. *Aspek community development*

ISO (Akuntan Indonesia: 2008) juga membagi tujuh isu penting yang mencakup masalah *Corporate Social Responsibility* yaitu pengembangan masyarakat, konsumen, praktik kegiatan institusi yang sehat, lingkungan, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, *governance* organisasi.

4. Pengertian, Tingkatan, dan Prinsip Etika Bisnis

Etika mengandung empat unsur. *Pertama, moral sensibility*, yaitu perasaan yang membisikkan apakah suatu kegiatan bisnis yang akan dijalankan relevan secara moral. *Kedua, moral reasoning*, yaitu memberikan alasan-alasan yang memadai untuk melanjutkan atau tidak sebuah kegiatan bisnis. *Ketiga, moral conduct*, yaitu suatu tindakan moral yang didasarkan atas perasaan moral dan alasan moral yang dapat dipertanggungjawabkan. *Keempat, moral leadership*, yaitu kepemimpinan yang bermoral dan memiliki standar yang tinggi, akan mempengaruhi pekerjaan di perusahaan.

Menurut Keraf (1998: 118), bisnis secara keseluruhan tidak dapat dianggap mempunyai tanggung jawab. Kalaupun orang bisnis mempunyai tanggung jawab, itu adalah tanggung jawab pribadi bukan perusahaan. Ada tujuh prinsip dalam etika yang dikemukakan dalam buku *Principles for Business* yaitu:

- a. Prinsip tanggung jawab bisnis: dari pemegang saham ke pihak yang berkepentingan.
- b. Dampak ekonomi dan sosial bisnis: inovasi, keadilan, dan masyarakat dunia.
- c. Perilaku bisnis: dari asas legalitas ke semangat saling percaya
- d. Menghargai peraturan: menciptakan kondisi persaingan yang adil dan wajar bagi semua pelaku bisnis.
- e. Mendukung perdagangan multilateral:

- f. Menghormati lingkungan: pelaku bisnis harus melindungi dan sejauh mungkin memperbaiki lingkungan, mencegah pemborosan sumber daya alam.
- g. Menghindari praktik yang tidak sehat.

5. Model Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR

Terdapat empat pola tanggung jawab sosial perusahaan (Saidi dan Abidin, 2004) dalam Budimanta, et al. (2008: 22) yaitu:

- a. Melalui keterlibatan langsung
Program CSR dilaksanakan secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri berbagai kegiatan sosial ataupun menyerahkan bantuan-bantuan sosial kepada masyarakat.
- b. Melalui yayasan ataupun organisasi sosial
Terdapat yayasan ataupun organisasi sosial yang didirikan sendiri untuk mengelola berbagai kegiatan sosial yang merupakan aplikasi program CSR.
- c. Bermitra dengan pihak lain
CSR dilakukan dengan membangun kerja sama dengan pihak lain baik itu lembaga sosial/organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, instansi pendidikan.
- d. Membentuk Konsorsium
Perusahaan ikut bergabung atau mendirikan organisasi sosial sendiri dalam penyaluran dana CSR.

B. Laba

1. Definisi Laba

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) memiliki pengertian sendiri mengenai *income*. IAI tidak menerjemahkan *income* dengan istilah laba, tetapi dengan istilah penghasilan. Penghasilan atau *income* didefinisikan sebagai kenaikan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi modal.

Pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah laba akuntansi yang didefinisikan sebagai perbedaan antara pendapatan yang direalisasikan dari transaksi-transaksi yang terjadi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut (Chariri dan Ghozali, 2001).

Fisher dan Bed Ford (dalam Chariri dan Ghozali, 2001) menyatakan bahwa pada dasarnya ada tiga konsep laba untuk dibicarakan dan digunakan dalam ekonomi konsep laba tersebut adalah:

- a. *Psychic income*, yang menunjukkan konsumsi barang atau jasa yang dapat memenuhi kepuasan dan keinginan individu.
- b. *Real income*, yang menunjukkan kenaikan dalam kemakmuran ekonomi yang ditunjukkan oleh kenaikan biaya hidup.

- c. *Money income*, yang menunjukkan nilai moneter sumber-sumber ekonomi yang digunakan untuk mengkonsumsi sesuai dengan biaya hidup.

Laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Akan tetapi, teori akuntansi sampai saat ini belum mencapai kematapan dalam pemakaian dan pengukuran laba. Oleh karena itu, berbeda dengan elemen statemen keuangan lainnya, pembahasan laba meliputi tiga tataran, yaitu: semantik, sintaktik, dan pragmatik (Suwardjono, 2005: 458 - 483).

2. Tujuan Pelaporan Laba

Menurut pengertian dan cara pengukurannya, tujuan pelaporan laba diharapkan dapat digunakan sebagai (Suwardjono, 2005: 456):

- a. Indikator efisiensi penggunaan dana yang tertanam dalam perusahaan diwujudkan dalam tingkat kembalian atas investasi.
- b. Pengukuran prestasi atau kinerja badan usaha dan manajemen.
- c. Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak.
- d. Alat pengendalian alokasi sumber daya ekonomik suatu negara.
- e. Dasar penentuan dan penilaian kelayakan tarif dalam perusahaan publik.
- f. Alat pengendalian terhadap debitor dalam kontrak utang.
- g. Dasar kompensasi dan pembagian bonus.
- h. Alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.

- i. Dasar pembagian deviden.

3. Konsep Laba dalam Tataran Semantik

Konsep laba dalam tataran semantik berkaitan dengan masalah makna apa yang harus dilekatkan oleh perikayasaan pelaporan pada simbol atau elemen laba, sehingga laba bermanfaat dan bermakna sebagai informasi (Suwardjono, 2005: 458).

4. Makna Laba

Suwardjono (2005: 463) Pemakaian laba sebagai pengukuran efisiensi, konfirmasi harapan investor, dan estimator laba ekonomik merupakan gagasan-gagasan untuk menentukan definisi (konsep atau makna) laba yang tepat untuk tujuan akuntansi (Suwardjono, 2005: 463).

Laba dimaknai sebagai imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa. Ini berarti laba merupakan kelebihan pendapatan di atas biaya (kos total yang melekat kegiatan produksi dan penyerahan barang/jasa) (Suwardjono, 2005: 463).

C. Kesejahteraan Masyarakat

1. Definisi Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat merupakan suatu keadaan yang serba baik, atau suatu kondisi di mana orang-orangnya dalam keadaan makmur, dalam keadaan sehat dan damai. Kesejahteraan memiliki beberapa kata kunci yaitu terpenuhi kebutuhan dasar, makmur, sehat, damai dan selamat, beriman dan bertaqwa (Antri: 2009).

Untuk mencapai kesejahteraan itu manusia melakukan berbagai macam usaha, misalnya di bidang pertanian, perdagangan, pendidikan, kesehatan serta keagamaan, pertahanan-keamanan dan sebagainya. Manusia juga melakukan upaya-upaya secara individu serta berkelompok. Upaya mencapai kesejahteraan lewat kelompok misalnya membentuk paguyuban, koperasi, assosiasi, organisasi serta membentuk Negara.

Kesejahteraan juga bisa dibedakan menjadi lahiriah/fisik dan batiniah. Namun, mengukur kesejahteraan, terutama kesejahteraan batin/spiritual, bukanlah hal yang mudah. Kesejahteraan yang bersifat lahir yang biasa dikenal dengan kesejahteraan ekonomi lebih mudah diukur daripada kesejahteraan batin. Ukuran kesejahteraan lebih kompleks dari kemiskinan. Kesejahteraan harus dapat memenuhi kebutuhan fisik, psikologis, sosial, dan kerohanian. Kesejahteraan dapat diraih jika seseorang dapat mengakses pekerjaan, pendapatan, pangan, pendidikan, tempat tinggal, kesehatan, dan lainnya (Antri: 2009).

Karena itu kita sering mengukur kesejahteraan dari sisi fisik atau ekonomi. Terdapat berbagai perkembangan pengukuran tingkat kesejahteraan dari sisi fisik, seperti *Human Development Index* (Indeks Pembangunan Manusia), *Physical Quality Life Index* (Indeks Mutu Hidup); *Basic Needs* (Kebutuhan Dasar); dan GNP/Pendapatan Perkapita (Antri: 2009).

2. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat

Secara rinci keberadaan Keluarga Sejahtera digolongkan ke dalam lima tingkatan sebagai berikut (Pemerintah Kabupaten Garut):

- a. Keluarga Pra Sejahtera (Pra KS), yaitu keluarga-keluarga yang belum dapat memenuhi kebutuhan dasarnya (*basic needs*) secara minimal, seperti kebutuhan spiritual, pangan, sandang papan dan kesehatan.
- b. Keluarga Sejahtera I (KS I), yaitu keluarga-keluarga yang telah dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, tetapi belum dapat memenuhi kebutuhan sosial psikologisnya (*socio psychological needs*), seperti kebutuhan pendidikan, KB, interaksi dalam keluarga, interaksi dengan lingkungan tempat tinggal, dan transportasi.
- c. Keluarga Sejahtera II (KS II), yaitu keluarga-keluarga yang disamping telah dapat memenuhi kebutuhan sosial-psikologisnya, tetapi belum dapat memenuhi kebutuhan pengembangannya (*developmental needs*) seperti kebutuhan untuk menabung dan memperoleh informasi.
- d. Keluarga Sejahtera III (KS III), yaitu keluarga-keluarga yang telah dapat memenuhi kebutuhan dasar, sosial-psikologis dan pengembangan keluarganya, tetapi belum dapat memberikan sumbangan yang teratur bagi masyarakat, seperti sumbangan materi, dan berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan.
- e. Keluarga Sejahtera III Plus (KS III Plus), yaitu keluarga-keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dasar, sosial psikologis

dan pengembangan serta telah dapat memberikan sumbangan yang teratur dan berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Goal* terhadap Kesejahteraan Hidup

Implementasi program CSR merupakan realisasi dan aktualisasi dari upaya perusahaan untuk terus dekat dengan masyarakat. Menurut Budimanta et al. (2008: 24) CSR pada dasarnya merupakan suatu elemen yang penting dalam kerangka *sustainability* yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya yang merupakan proses penting dalam pengelolaan biaya dan keuntungan kegiatan bisnis dengan *stakeholders*.

4. Hubungan Laba dan *Corporate Social Responsibility*

Penelitian tentang hubungan *profitabilitas* dengan pengungkapan informasi sosial atau tanggung jawab sosial menunjukkan hasil bahwa antar keduanya tidak ditemukan adanya hubungan (Sembiring, 2003 dan 2005; Anggraini, 2006; dan Sulastini, 2007). Choi et al. (1998) menyatakan bahwa hubungan *profitabilitas* dan pengungkapan CSR merupakan isu kontroversial untuk dipecahkan. Argumentasinya adalah bahwa akan terdapat biaya tambahan dalam rangka pengungkapan CSR. Dengan demikian, *profitabilitas* akan menjadi turun.

Semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006). Sehingga hipotesis penelitiannya sebagai berikut:

H₁: Laba berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

5. Hubungan CSR dan Kesejahteraan Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian oleh Mapisangka (2009) memberikan kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility Goal*, *Corporate Social Issue*, dan *Corporate Relation Program* PT BIC dapat memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Batam.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Mapisangka (2009) tersebut, maka peneliti berpikir kemungkinan adanya pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* yang telah dijalankan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta terhadap kesejahteraan masyarakat sebagai penerima program CSR, dirumuskan dalam hipotesis sebagai berikut:

H₂: Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam ini adalah penelitian *explanatory research* atau *confirmatory*. Dimana menurut Masri Singarimbun & Sofian Effendi (1995: 4) *explanatory research* atau *confirmatory* digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Penelitian *explanatory research* atau *confirmatory* digunakan untuk menguji hipotesis tentang ada tidaknya pengaruh laba terhadap CSR dan dampak CSR terhadap kesejahteraan masyarakat.

B. Populasi dan Sampel

Menurut Widayat dan Amirullah (2005:52), populasi adalah keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang untuk diteliti. Dengan demikian populasi merupakan seluruh kumpulan elemen yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat umum yang mengetahui program CSR dan ikut merasakan program tersebut.

Sampel adalah sebagian dari populasi (Indriantoro dan Bambang, 1999: 115). Sampel penelitian yang akan diambil adalah masyarakat

penerima program CSR khususnya di bidang pembinaan kemitraan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

C. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan metode *proposive convenience sampling* yang merupakan salah satu metode dari *non probability sampling*. *Proposive convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan penilaian atau pandangan dari peneliti berdasarkan tujuan dan maksud penelitian.

Dengan mempertimbangkan tersedianya tenaga peneliti, waktu dan dana maka, sampel yang dipilih oleh peneliti yakni masyarakat di sekitar wilayah Yogyakarta sebagai penerima program CSR dibidang pembinaan kemitraan dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

D. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian : PT. Telkom Kandatel Yogyakarta
2. Waktu penelitian : Bulan April-Mei 2011.

E. Subjek dan objek penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian dan masyarakat Yogyakarta penerima program CSR di bidang kemitraan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah data catatan atas laporan keuangan perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

F. Jenis Data

Jenis data dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Data tanggung jawab sosial perusahaan diperoleh melalui laporan CSR perusahaan dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta dari tahun 2002-2009.
2. Data tentang masyarakat penerima bantuan program CSR Kemitraan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yang diperoleh melalui pembagian kuesioner penerima bantuan pembinaan kemitraan dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.
3. Data berupa hasil wawancara berkaitan dengan penyaluran dana program CSR Kemitraan yang dilakukan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan mengambil data dari catatan dan laporan yang dimiliki perusahaan.

2. Kuesioner

Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada subyek

penelitian. Dalam hal ini kuesioner diberikan kepada masyarakat penerima program kemitraan dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud-maksud tertentu. Metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (*face to face*) untuk mendapatkan informasi tentang program kemitraan yang disalurkan oleh PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

H. Variabel yang diteliti dan Pengukurannya

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu pengaruh laba perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* peneliti menggunakan rumus analisis regresi sederhana:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y : Variabel tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan program CSR Kemitraan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta dengan satuan Rupiah.

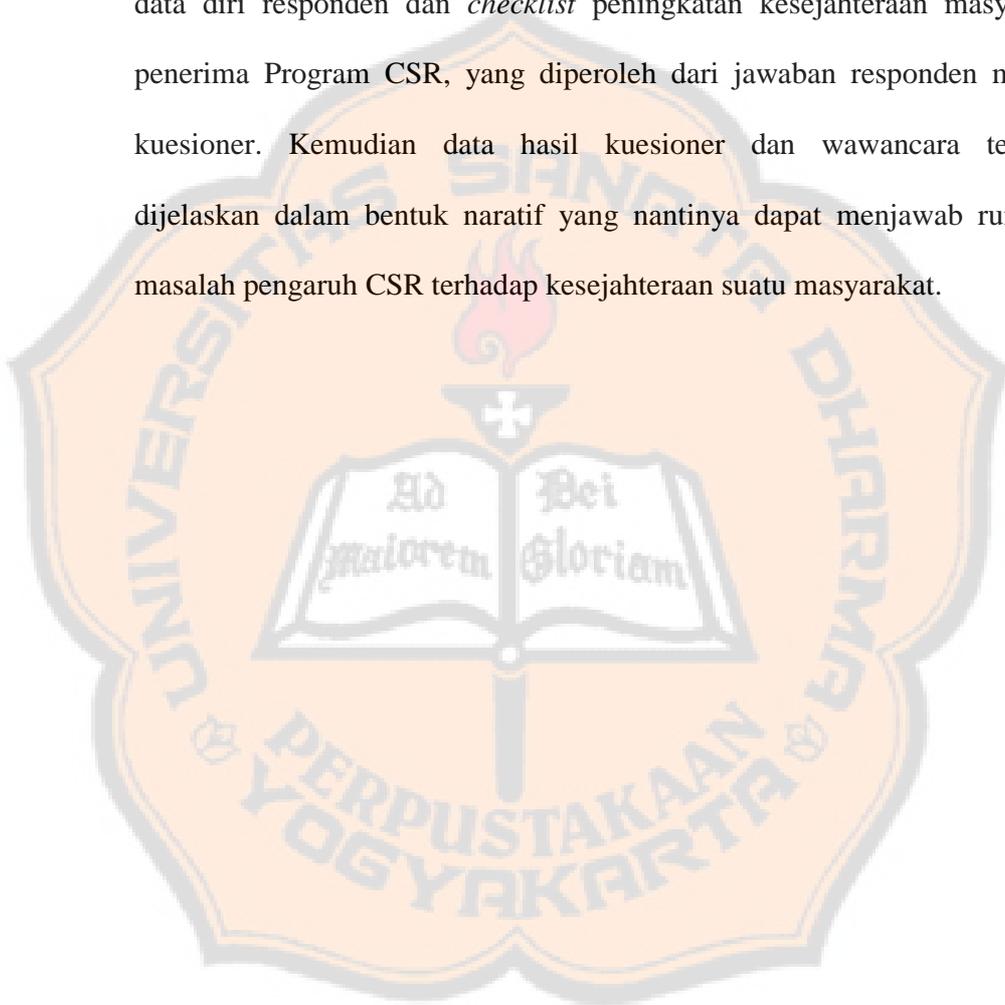
a : Konstanta

b : Koefesien variabel laba

x : Laba bersih dari Laporan Keuangan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang telah diaudit.

2. Untuk menjawab rumusan masalah yang ke dua yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat, peneliti menggunakan analisis deskriptif.

Analisis deskriptif merupakan analisis yang mengemukakan tentang data diri responden dan *checklist* peningkatan kesejahteraan masyarakat penerima Program CSR, yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Kemudian data hasil kuesioner dan wawancara tersebut dijelaskan dalam bentuk naratif yang nantinya dapat menjawab rumusan masalah pengaruh CSR terhadap kesejahteraan suatu masyarakat.



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom)

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (Telkom) merupakan perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication, Information, Media and Edutainment*) yang terbesar di Indonesia. Pengabdian Telkom berawal pada 23 Oktober 1856, tepat saat dioperasikannya layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Selama itu pula Telkom telah mengalami berbagai transformasi.

Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan *New Telkom Indonesia* adalah transformasi dalam bisnis, infrastruktur, sistem dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan *New Corporate Identity* Telkom pada tanggal 23 Oktober 2010, tepat pada hari ulang tahun Telkom ke-153. Telkom juga memiliki *tagline* baru yaitu *The World in Your Hand*.

Sejalan dengan lahirnya *New Telkom Indonesia*, berbekal semangat *positioning* baru *life confident* manajemen dan seluruh karyawan Telkom

berupaya mempersembahkan profesionalitas kerja, serta produk dan layanan terbaik bagi pelanggan dan *stakeholders*.

Sampai dengan 31 Desember 2008, jumlah pelanggan Telkom tumbuh sebanyak 37% dari tahun sebelumnya sebanyak 68,6 juta pelanggan. Jumlah pelanggan ini terdiri dari pelanggan telepon tidak bergerak kabel sejumlah 8,6 juta, pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel sejumlah 12,7 juta pelanggan dan 65,3 juta pelanggan jasa telepon bergerak.

Sepanjang tahun 2008, berbagai penghargaan dan sertifikasi telah diterima oleh Telkom, baik dari dalam maupun luar negeri. Penghargaan itu diantaranya; Sertifikasi ISO 9001:2000 dan ISO 9004:2000 untuk Divisi *Enterprise Service* dari TUV *Rheinland International* Indonesia, Penghargaan Sistem Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3) dan Kecelakaan Nihil 2008 dari Wakil Presiden RI, *The Best Corporate Image Category* dalam ajang *Most Admired Companies Awards* ke-8 dari *Frontier Consulting Group*, Juara Umum *2007 Annual Report Award* dari Menteri Keuangan RI, Juara Umum Anugerah Media Humas 2008 dari Bakorhumas *CIO of The Year 2008* dalam *Hitachi Data System IT Inspiration Awards*, dan Penghargaan CEO dan Perusahaan Idaman dari Majalah *Warta Ekonomi*.

Saham Telkom per 31 Desember 2010 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (52,47%) dan pemegang saham publik (47,53%). Saham Telkom tercatat di

Bursa Efek Indonesia (BEI), *New York Stock Exchange* (NYSE), *London Stock Exchange* (LSE) dan *Tokyo Stock Exchange*. Harga saham Telkom di BEI pada akhir Desember 2010 sebesar Rp. 7.950.

Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh Telkom, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, Telkom menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

B. Sejarah PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Pada saat masih bernama PPT (*Post Telegraf en Telefondienst*) dan Perusahaan Negara, PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yang pada saat itu terdiri dari kantor telepon dan telegraf bergabung dengan kantor Pos dan Giro kelas I, yang berkedudukan di Jalan Pangeran Senopati No. 2 Yogyakarta. Pada tahun 1974, kantor Telegraf tetap bergabung dengan kantor Pos dan giro. Pada tahun 1970 kantor Telepon dipindahkan ke Jalan Yos Sudarso No. 9 Yogyakarta, dan mulai beroperasi pada tahun 1974. Kemudian tahun 1974 kantor telegraf dibangun disebelah selatan kantor Pos dan Giro, yakni di Jalan Trikora Yogyakarta. Tahun 1990 kantor Telegraf dan Telepon Transmisi Stasiun Bumi bergabung dalam satu organisasi menjadi Kantor Daerah Telekomunikasi Yogyakarta, yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso No. 9 Yogyakarta.

Untuk kantor pusat dari PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk sendiri berlokasi di Jalan Japati No. 1 Bandung. Kantor pusat ini membawahi 12 Witel dan WitelSat. Pada perkembangan selanjutnya, organisasi Witel-Witel tersebut dilikuidasi menjadi tujuh divisi, yaitu: Divisi Sumatera, Divisi II Jakarta, Divisi III Jawa Barat, Divisi IV Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Divisi V Jawa Timur, Divisi VI Kalimantan dan Divisi VII Kepulauan. Kantor pusat untuk Divisi IV sendiri berkedudukan di Jalan Pahlawan No. 10 Semarang. Divisi IV membawahi sepuluh Kandatel (Kantor Daerah Telekomunikasi) yang terdiri dari: Yogyakarta, Solo, Magelang, Purwokerto, Pekalongan, Kudus, Tegal, Cilacap, Cepu dan Semarang.

C. Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

1. Visi

“To become a leading telecommunication, information, media & edutainment (TIME) player in the region”

“Telkom berupaya untuk menjadi perusahaan penyelenggara terkemuka di bidang telekomunikasi, informasi, media dan edutainment (TIME) di wilayahnya”

2. Misi

a. *To provide TIME services with Excellent Quality & Competitive Price*

b. *To be the role model as the best managed Indonesian corporation*

Telkom memiliki misi memberikan layanan dan kualitas terbaik dengan harga kompetitif, serta menjadi perusahaan panutan terbaik yang dikelola Indonesia.

D. Logo PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom)



Bersamaan dengan hari jadinya yang ke 153, Telkom resmi mengadakan *launching* logo terbarunya yang sekaligus merupakan suatu transformasi dan perubahan *landscape* bisnis Telkom, dari bisnis informasi dan komunikasi menjadi ***Telecommunication, Information, Media and Edutainment (TIME)***. Hal ini kemudian dikukuhkan dengan *positioning* Telkom yang baru yaitu ***life confident*** dengan *tagline* ***The World in Your Hand***. Adapun arti simbol-simbol logo tersebut :

1. Lingkaran sebagai simbol dari kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru Telkom yaitu ***TIME (Expertise)***.

2. Tangan yang meraih ke luar. Simbol ini mencerminkan pertumbuhan dan ekspansi ke luar (*Empowering*).
3. Jemari tangan. Simbol ini memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat (*Assured*).
4. Kombinasi tangan dan lingkaran. Simbol dari matahari terbit yang maknanya adalah perubahan dari awal yang baru (*Progressive*).
5. Telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan (*Heart*).

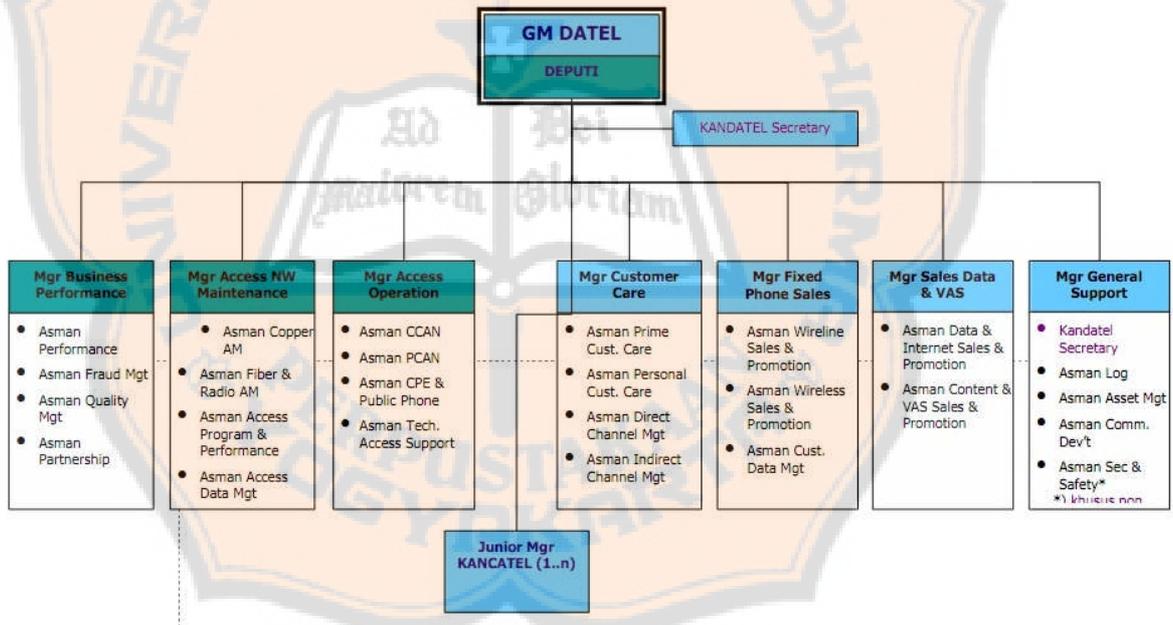
Warna-warna yang digunakan adalah :

1. *Expert blue* pada teks Telkom melambangkan keahlian dan pengalaman yang tinggi.
2. *Vital yellow* pada telapak tangan mencerminkan suatu atraktif, hangat dan dinamis.
3. *Infinite sky blue* pada teks Indonesia dan lingkaran bawah mencerminkan inovasi dan peluang yang tidak terhingga untuk masa depan.

Transformasi kali ini adalah yang paling besar sepanjang sejarah Telkom, karena bersifat fundamental, menyeluruh dan terintegrasi yang menyentuh empat aspek dasar perusahaan, yaitu: Transformasi Bisnis, Transformasi Infrastruktur, Transformasi Sistem, Model Operasi dan Transformasi *Human Resource*.

E. Struktur Organisasi PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Berdasarkan Keputusan direksi Perusahaan Umum Telekomunikasi dengan No. KP. 81/PS150/SDM-11/1993 tanggal 9 Desember 1993 mengenai struktur organisasi kantor pelayan telekomunikasi, maka organisasi yang ada pada Kantor Daerah Telekomunikasi Yogyakarta dengan struktur organisasi PT. Telkom Kandatel Yogyakarta sebagai berikut:



Gambar 1: Struktur Organisasi Kantor Daerah Telekomunikasi Yogyakarta.
Sumber: PT Telkom Kandatel Yogyakarta.

1. *General Manager*, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan kegiatan bisnis di daerah Yogyakarta menghasilkan pendapatan yang optimal, bersinergi dengan unit bisnis terkait lainnya serta berjalan sesuai dengan kaidah *Good Corporate Government* dan selaras dengan rencana jangka pendek atau panjang Divisi Regional IV maupun perusahaan.

2. Departemen Pelayanan Pelanggan, memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab atas terlaksananya *Customer Interface Management* melalui *Service Point*, *Service Fulfment*, *Service Assurance*, dalam wilayah Kandatel Yogyakarta.
- b. Melakukan tinjauan manajemen atas implementasi rencana kerja fungsinya yang dilaksanakan secara periodik.
- c. Mengusulkan alokasi rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan pada fungsi yang berada di bawah pengelolaanya.

3. Departemen Layanan Umum, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan terkelolanya fungsi *Indirect channel management* (Layanan Umum Kandatel Yogyakarta) dalam mendukung sub-bisnis unitnya mengacu kepada strategi operasional, menyelaraskan dengan pedoman strategi yang dikembangkan oleh menejemen bidang *Marketing* dan *Bussiness*.

4. Departemen Perencanaan dan Pengendalian, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan tercapainya sasaran pengelolaan *Business Planning* yang mengakomodasi strategi operasional dan dilengkapi dengan usulan rencana kerja dan anggaran selaras dengan strategi bisnis unit bisnisnya.

5. Departemen OM Access Network, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan terkelolanya fungsi *OM Access Network* dalam mendukung sub-bisnis unitnya mengacu kepada strategi operasional *OM Access Network* pada unit bisnisnya sekaligus menyelaraskan dengan pedoman dan strategi yang dikembangkan oleh fungsi pada unit yang lebih paham (Pengelola *OM Access Network*).

6. Departemen Keuangan dan Sumber Daya Manusia, memiliki tugas sebagai berikut:

- a. Memberikan pelayanan kepada pegawai (cuti).
- b. Mengelola dan pegawai.
- c. IBO (Iman, Budaya, Olahraga).
- d. Kesejahteraan pegawai (kesehatan, pengobatan, gaji).
- e. Perencanaan pensiun (MPP, Taspen, dan lain-lain).

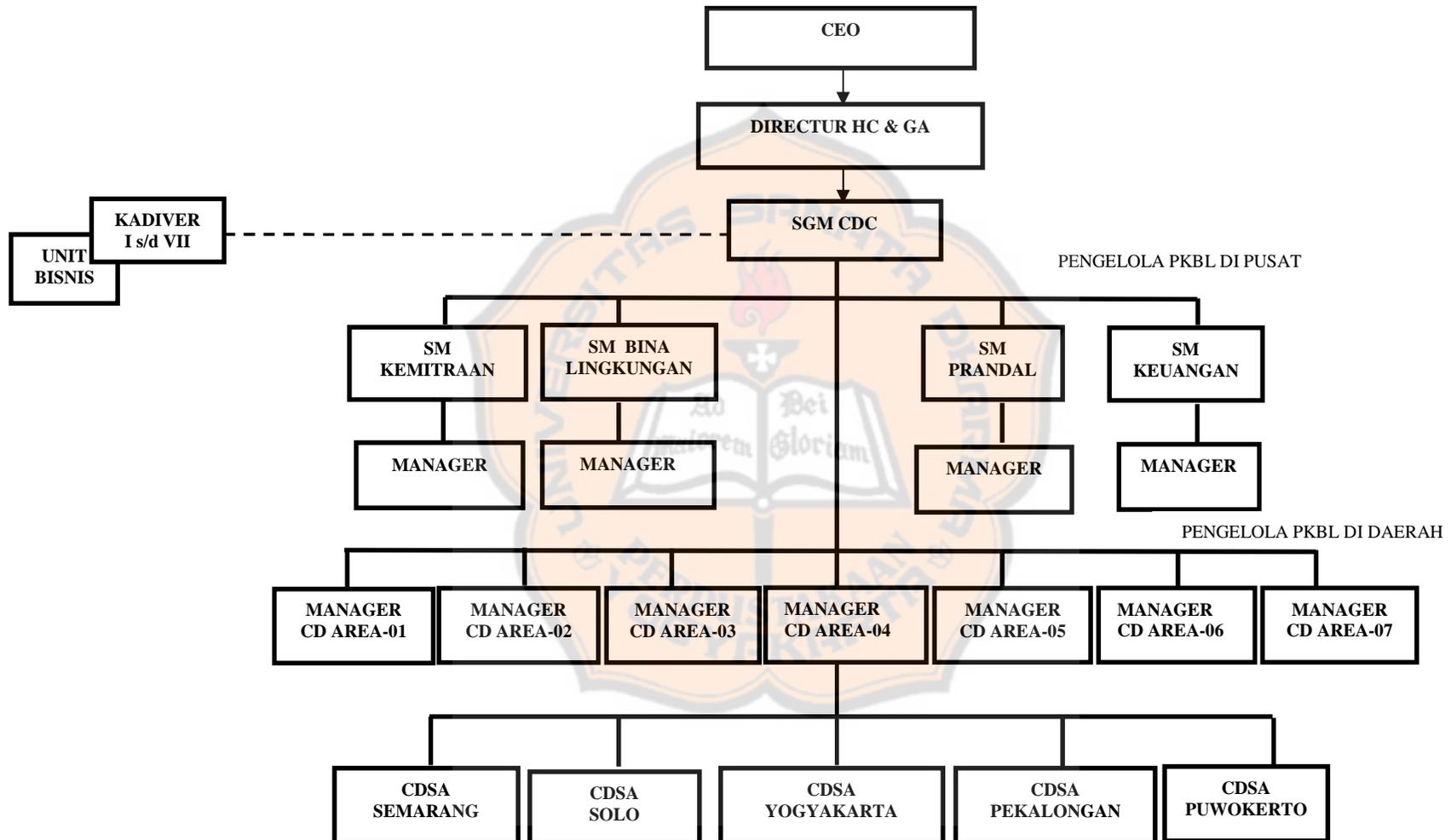
7. Departemen Dukungan Manusia, memiliki tugas sebagai berikut:

Memastikan terkelola fungsi Parel, sekretariat dan Bina Lingkungan dengan baik dalam mendukung pencapaian sasaran bidang *General Affairs* sesuai kaidah *Good Corporate Government* di Kandatel Yogyakarta.

Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu Badan usaha Milik Negara (BUMN) di Lingkungan Departemen Perhubungan RI. PT. Telkom Kandatel Yogyakarta termasuk kategori kantor Daerah yang secara struktural bertanggungjawab kepada Kepala Wilayah Telekomunikasi IV yang wilayahnya meliputi propinsi Jawa Tengah dan DIY, dan berkedudukan di kota Semarang. Untuk Kantor Daerah Yogyakarta membawahi 7 (tujuh) kantor cabang yang berada di wilayah Daerah istimewa Yogyakarta, yaitu:

- a. Kantor Cabang Telekomunikasi di Bantul.
- b. Kantor Cabang Telekomunikasi di Godean.
- c. Kantor Cabang Telekomunikasi di Kalasan.
- d. Kantor Cabang Telekomunikasi di Pakem.
- e. Kantor Cabang Telekomunikasi di Sleman.
- f. Kantor Cabang Telekomunikasi di Wates.
- g. Kantor Cabang Telekomunikasi Wonosari.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 2: Struktur Organisasi *Community Development Center* (CDC) PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk
Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

F. Unit *Community Development Center* (CDC)

Unit *Community Development Center* (CDC) merupakan unit yang bertugas untuk mengelola pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Di dalam pelaksanaan PKBL, unit CDC berpedoman pada :

1. PER-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
2. Keputusan Direksi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Nomor KD.12/PS150/COP-B0030000/2006 tanggal 13 September 2006, tentang pembentukan Organisasi Pusat Pengelola Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (*Community Development Center*).

Semua instansi BUMN, termasuk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, diwajibkan melakukan pembinaan usaha kecil dan koperasi dalam rangka mendukung pemerintah guna mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi, menciptakan pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, mengembangkan potensi usaha kecil dan koperasi agar menjadi tangguh dan mandiri sehingga menjadi pilar ekonomi nasional dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, serta mendorong tumbuhnya kemitraan antara BUMN dengan usaha kecil dan koperasi.

Adapun pola pengembangan masyarakat yang dijalankan oleh Unit CDC PT. Telkom memiliki visi, misi, dan strategi sebagai berikut :

1. Visi Unit CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk:

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

2. Implementasi Unit CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk:

- a. Peduli dan komit kepada pemberdayaan ekonomi, sosial, dan lingkungan.
- b. Mencerdaskan masyarakat melalui pendidikan *InfoCom*.
- c. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
- d. Menjaga kesinambungan lingkungan.

3. Strategi Unit CDC PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk:

Azas dan pedoman perilaku dalam pelaksanaan kegiatan PKBL adalah keperpihakan pada kepentingan masyarakat, menjadi bagian strategis bisnis perusahaan, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat dan karyawan.

G. Struktur Organisasi Unit CDC

Seperti halnya dengan kantor PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang berpusat di kota Bandung, kantor pusat Unit CDC berada di kota Bandung. Unit CDC membawahi kandatel di seluruh Indonesia, disebut

dengan Unit CDC Sub Area. Terdapat tujuh Unit CDC Sub Area (CDSA), yakni :

1. Unit CDC Sub Area Sumatera (Divisi Regional I)
2. Unit CDC Sub Area Jakarta (Divisi Regional II)
3. Unit CDC Sub Area Jawa Barat dan Banten (Divisi Regional III)
4. Unit CDC Sub Area Jawa Tengah (Divisi Regional IV)
5. Unit CDC Sub Area Jawa Timur (Divisi Regional V)
6. Unit CDC Sub Area Kalimantan (Divisi Regional VI)
7. Unit CDC Sub Area Nangura Kamuri (Divisi Regional VII)

H. Bentuk Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk mengklasifikasikan program CSR dalam tujuh pilar yaitu:

1. Pendidikan

Pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan meningkatkan kualitas pendidikan baik keahlian, pengetahuan dan perilaku bagi pemangku kepentingan (masyarakat dan keluarga besar TELKOMGroup). Beberapa kegiatan diantaranya: Bagimu Guru Ku Persembahkan, i-CHAT, dan TELKOMIndigo.

2. Kesehatan

kegiatan ini bertujuan meningkatkan kualitas kesehatan pemangku kepentingan. Salah satu kegiatannya adalah Bantuan Kesehatan Masyarakat pada Program Bina Lingkungan.

3. Kebudayaan dan Peradaban

Kebudayaan dan peradaban adalah kegiatan kepedulian untuk melestarikan dan membina budaya, seni, olah raga, agama, dan kegiatan kemasyarakatan lainnya dalam upaya mendukung Perusahaan mengimplementasikan nilai-nilai *Good Corporate Citizenship*. Salah satu kegiatannya adalah Bantuan Sarana Ibadah pada Program Bina Lingkungan.

4. Kemitraan

Kemitraan adalah kegiatan yang mempererat jalinan kemitraan dengan pihak ketiga baik di bidang produk maupun lainnya yang berkaitan maupun tidak berkaitan dengan bisnis utama TELKOM dan bertujuan untuk memberikan manfaat bagi semua pihak. Salah satu kegiatannya adalah Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Mikro.

5. Layanan Umum

Layanan Umum adalah kegiatan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat di bidang sarana dan prasarana telekomunikasi. Salah satu kegiatannya adalah Mudik Asyik dan Bantuan Sarana Umum pada Program Bina Lingkungan.

6. Lingkungan

Lingkungan adalah kepedulian untuk meningkatkan kualitas lingkungan internal maupun eksternal Perusahaan agar terjadi hubungan yang harmonis antara Perusahaan dengan lingkungannya. Salah satu kegiatannya adalah Bantuan Pelestarian Alam pada Program Bina Lingkungan.

7. Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam

Bantuan kemanusiaan dan bencana alam adalah kegiatan untuk memberikan bantuan dalam penanggulangan bencana alam dan bencana kemanusiaan. Salah satu kegiatannya adalah Bantuan Bencana Alam pada Program Bina Lingkungan.

Dari tujuh pilar tersebut, implementasi CSR difokuskan pada program pendidikan teknologi informasi dan komunikasi. Namun demikian, program CSR di bidang kesehatan masyarakat, kebudayaan, kemitraan, bantuan kemanusiaan, layanan umum, dan pelestarian lingkungan tetap dilaksanakan.

Perusahaan akan terus melanjutkan upaya untuk memenuhi tanggung jawab terhadap para pemangku kepentingan guna mencapai masa depan yang lebih baik. Berikut ini adalah bentuk wujud program CSR yang diberikan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk kepada masyarakat Indonesia hingga akhir tahun 2006 - 2010:

Tabel 2. Bentuk-bentuk Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006:

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|---------------------------------|---|---|--|--------------------------|
| 1 | Pendidikan | Pendidikan Telkom. | Memberikan beasiswa bagi mahasiswa berprestasi. | 1,242 mahasiswa | (Tidak-dimuat) |
| | | Peluncuran Internet kampus kerjasama dengan Depdiknas. | pengenalan dan penggunaan Internet pada pemula, hingga pembuatan jaringan antarkampung. | 464 Kantor Departemen Pendidikan Nasional. | (Tidak - dimuat) |
| | | <i>Roadshow Smart Campus</i> | melakukan sosialisasi (<i>roadshow</i>) ke banyak kampus. | (Tidak - dimuat) | (Tidak - dimuat) |
| | | <i>Program Smart School.</i> | Memberikan pengenalan teknologi informasi kepada para siswa & guru. | (Tidak - dimuat) | (Tidak - dimuat) |
| | | Pemberian sarana belajar & beasiswa Bogor & Jawa Tengah. | Membantu para siswa kurang mampu dan berprestasi serta menyediakan media sarana belajar sekolah. | 73 SD dan SMA. | 0.158 |
| 2 | Layanan Umum | Internet untuk Tentara. | Pemanfaatan Internet bagi para prajurit TNI melalui program <i>Goes to Army</i> . | 30 unit PC | (Tidak - dimuat) |
| | | Internet <i>Hotspot</i> UKM Jawa Timur. | Memudahkan untuk kegiatan pemasaran UKM. | 4000 UKM | 20 |
| 3 | Program Pengembangan Masyarakat | Program pengembangan masyarakat melalui Community Development Center. | untuk bantuan kepada korban bencana alam, peningkatan pendidikan dan pelatihan, peningkatan kesehatan masyarakat, perbaikan | (Tidak - dimuat) | 26 |
| 4 | Bantuan Bencana Alam. | TELKOM Peduli Tsunami Cilacap. | Membantu korban Tsunami di Cilacap. | (Tidak-dimuat) | 100 |
| | | Bantuan Musibah Banjir Sinjai & Gorontalo | Membantu korban banjir di Sinjai dan Gorontalo. | (Tidak-dimuat) | 175 |
| | | Telkom salurkan bantuan untuk korban bencana di Sumatera | meringankan beban penderitaan korban bencana alam di Sumatera. | (Tidak-dimuat) | 0.4 |

Tabel 2. Bentuk-bentuk Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006 (Lanjutan):

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|-------------|-------------------|--|----------------|--------------------------|
| 5 | PKBL | Kemitraan | Memberikan bantuan kredit usaha kecil (kredit lunak dengan bunga rendah sebesar 6% per tahun) dan mendorong pertumbuhan ekonomi. | 34.846 mitra | 423,54 |
| | | Bina Lingkungan | Mengembangkan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah usaha Perusahaan. | (Tidak-dimuat) | 59,3 |

Sumber: *Annual Report* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006-2010.

Tabel 3. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2007:

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|-------------|---|--|----------------|--------------------------|
| 1 | Pendidikan | Program Jejaring Pendidikan Nasional. | Menyediakan jaringan internet dan pengadaan komputer ke sekolah-sekolah. | 100 PC | (Tidak-dimuat) |
| | | Program <i>Smart Campus dan Smart School</i> | Penyediaan akses internet kecepatan tinggi. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Program <i>Internet Goes to School, Internet Goes to Army dan Internet Goes to Pesantren.</i> | Pengenalan dan pelatihan internet ke sekolah,perwira, dan pesantren. | 250 perwira | (Tidak-dimuat) |
| | | <i>Education for Tomorrow (E4T).</i> | Mempercepat pencapaian satu juta pelajar paham dan mengerti internet. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Program <i>Cyber City.</i> | Pelatihan Internet untuk masyarakat. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Program <i>e-Community.</i> | Pelatihan <i>InfoComm</i> secara gratis untuk Masyarakat. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Pendidikan Telkom. | Pemberian Beasiswa bagi mahasiswa berprestasi. | (Tidak-dimuat) | 1,620 |
| 2 | Kesehatan | Donor darah, khitanan masal, pengobatan gratis, dll. | membantu meningkatkan standar kehidupan masyarakat | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 3 | PKBL | Kemitraan | Bantuan kredit usaha kecil bunga 6% per tahun. | 40.301 mitra. | 552,84 |

Tabel 3. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2007
(Lanjutan):

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|-------------|-------------------|---|--------------------------------------|--------------------------|
| | PKBL | Bina Lingkungan | Mengembangkan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah usaha Perusahaan. | Aksi penanaman 50 ribu batang pohon. | (Tidak-dimuat) |

Sumber: *Annual Report* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006-2010.

Tabel 4. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2008:

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|--------------|---|--|---------------------------|--------------------------|
| 1 | Pendidikan | Program <i>Smart Campus</i> dan <i>Smart School</i> . | Memberikan layanan internet bagi para mahasiswa. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Program <i>internet Goes to School</i> , <i>internet Goes to Army</i> , <i>internet Goes to Police</i> , <i>internet Goes To Pesantren</i> dan lainnya. | Memberikan pelatihan internet bagi siswa-siswa, bagi perwira, bagi polisi, dan juga pelatihan internet ke pesantren. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Program <i>Education for Tomorrow</i> (E4T). | Mengenalkan pelajar akan internet untuk dapat mengakses layanan internet. | 250.000 Pelajar. | (Tidak-dimuat) |
| | | <i>Cyber School</i> . | Memberikan fasilitas telepon umum di sekolah. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | <i>e-Government</i> . | Memberikan pelatihan internet kepada masyarakat. | 44,217 anggota masyarakat | (Tidak-dimuat) |
| | | Program Jaringan Pendidikan Nasional. | Penyediaan internet <i>speedy</i> di sekolah-sekolah dan perangkat komputer. | 45 PC | 0,305 |
| | | <i>Flexi information School</i> (FIS) | Membrikan sarana komunikasi di Sekolah. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 2 | Layanan Umum | <i>Cyber City</i> | Memberikan fasilitas <i>wifi</i> di sekolah, kantor, dan tempat umum lainnya. | 200 <i>hotspot Area</i> . | (Tidak-dimuat) |
| | | Desa <i>Digital e-Communities</i> . | Menunjang potensi ekonomi masyarakat setempat. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 3 | Kesehatan | Donasi obat-obatan ke masyarakat | meningkatkan tingkat standar kehidupan masyarakat dengan menciptakan kondisi kehidupan yang sehat. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |

Tabel 4. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2008
(Lanjutan):

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|-------------------------|---|---|--|--------------------------|
| | Kesehatan | Pemberian kebutuhan barang pokok. | Membantu masyarakat kurang mampu (kurang gizi). | (Tidak-dimuat) | 0,242 |
| | | Bantuan pembuatan spanduk anti narkoba ke polisi. | Memerangi peredaran obat-obat terlarang. | (Tidak-dimuat) | 0,06 |
| 4 | Kebudayaan dan Keadaban | Perbaikan tempat ibadah. | Perbaikan Musola di Kalimantan. | (Tidak-dimuat) | 0,002 |
| | | Program <i>e-banjar</i> | Bantuan perangkat komputer. | 20 unit PC. | (Tidak-dimuat) |
| 5 | PKBL | Kemitraan | Memberikan bantuan kredit usaha kecil (kredit lunak dengan bunga 6% per tahun) dan mendorong pertumbuhan ekonomi. | 11.389 mitra (33 provinsi). | 204,95 |
| | | Bina Lingkungan (Program <i>Green Friday</i>) | Mengembangkan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah usaha Perusahaan. | penanaman 1.000 pohon. | (Tidak-dimuat) |
| 6 | Bencana Alam | Telkom Peduli Bencana (Bencana alam dan kebakaran). | Penyediaan tempat penampungan darurat bagi korban bencana, bantuan obat-obatan, penyediaan tenaga dan peralatan medis, bahan pokok dan penyediaan air bersih. | Bencana Banjir dan tanah longsor di Jawa Tengah dan Jawa Timur | 1,7 |

Sumber: *Annual Report* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006-2010.

Tabel 5. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2009:

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|--|--|---|----------------|--------------------------|
| 1 | Pendidikan | Santri <i>Indigo</i> . | Memberikan santri pelatihan internet. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Bagimu Guru Kupersembahkan. | Meningkatkan kemampuan Guru di Indonesia. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | TELKOM <i>Smart Campus (TeSCA) Award</i> . | mengembangkan dan memberdayakan <i>Information and Communication (ICT)</i> di kampus. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 2 | Komunitas Digital Indonesia (<i>Indigo</i>). | <i>Indigo Awards</i> . | Memberikan apresiasi bagi musik Indonesia. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |

Tabel 5. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2009
(Lanjutan):

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|--|--|---|------------------|--------------------------|
| | Komunitas Digital Indonesia (<i>Indigo</i>). | <i>Indigo Fellow Award</i> . | Menjadikan orang untuk berkreasi di dunia musik, seni, permainan, dll. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | <i>Indigo Fellowship Award</i> . | mengembangkan ide kreatif digital dan mendesain sesuatu yang berguna bagi masyarakat umum. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 3 | Keagamaan | kompetisi lagu dan lirik musik islami. | Meingkatkan nilai-nilai keagamaan. | 600 lagu islami. | (Tidak-dimuat) |
| 4 | Lingkungan | <i>Speedy Tour d'Indonesia</i> . | Mendorong pengembangan olahraga khususnya bersepeda. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 5 | PKBL | Program Kemitraan. | Memberikan bantuan kredit usaha kecil dan mendorong pertumbuhan ekonomi. | 6,799 mitra. | 153,6 |
| | | Bina Lingkungan. | Mengembangkan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah usaha Perusahaan. | (Tidak-dimuat) | 10,6 |
| 6 | Layanan Umum | Program perlindungan Konsumen | memastikan pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |

Sumber: *Annual Report* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006-2010.

Tabel 6. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2010:

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|--|---------------------------------------|--|----------------|--------------------------|
| 1 | Pendidikan | Bagimu Guru Kupersembahkan. | Meningkatkan kemampuan Guru di Indonesia. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | <i>I Can Hear and Talk (i-cHAT)</i> . | Meningkatkan kemampuan Guru di Indonesia. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | Santri <i>Indigo</i> | Memberi santri pelatihan internet. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 2 | Komunitas Digital Indonesia (<i>Indigo</i>). | <i>Indigo Awards</i> | Memberikan apresiasi bagi musik Indonesia. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| | | <i>Indigo Fellowship</i> | Mendukung pengembangan <i>Digitalpreneur</i> . | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 3 | Lingkungan | <i>Speedy Tour d'Indonesia</i> | Mendorong pengembangan olahraga khususnya bersepeda. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |

Tabel 6. Program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2010
(Lanjutan):

| No | Program CSR | Jenis Program CSR | Tujuan | Keterangan | Jumlah (Miliaran-Rupiah) |
|----|--------------|---------------------|---|----------------|--------------------------|
| 4 | Layanan Umum | Posko Telkom Peduli | Memberikan layanan bagi para pemudik dengan pendirian posko-posko. | (Tidak-dimuat) | (Tidak-dimuat) |
| 5 | PKBL | Kemitraan | Memberikan bantuan kredit usaha kecil (kredit lunak dengan bunga 6% per tahun) dan mendorong pertumbuhan ekonomi. | 9.918 mitra | 283,8 |
| | | Bina Lingkungan | Mengembangkan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah usaha Perusahaan. | 1.444 lembaga. | 27,4 |

Sumber: *Annual Report* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Tahun 2006-2010.

I. CSR Program Kemitraan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta

Program CSR yang berada di Drive IV JATENG dan DIY adalah Program Kemitraan. Program Kemitraan sendiri hingga saat ini masih tetap dijalankan dan terus ditingkatkan. Hal ini disebabkan karena masyarakat di wilayah Drive IV JATENG dan DIY umumnya memilih untuk berwirausaha. Usaha yang mereka tekuni berupa usaha batik lukis, peternakan, usaha pengrajin perak, industri kulit, toko bangunan, dan toko klontong. Usaha ini umumnya tergolong industri rumahan, sehingga mereka pun mencari modal tambahan untuk mengembangkan usahanya.

Kepedulian PT. Telkom Kandatel Yogyakarta terhadap masyarakat sekitar khususnya wilayah Yogyakarta yakni dengan cara memberikan modal pinjaman bunga lunak sebesar 6% pertahun. Wilayah mitra binaan Telkom Yogyakarta diantaranya Kota Gede, Suryodiningratan, Tempel, Pasar Tajem, Pasar Ngasem, Jalan Parangtritis dan Depok Sleman. Dengan pemberian bantuan kredit usaha ini diharapkan masyarakat yang memiliki usaha industri

rumahan dapat memperoleh laba yang diinginkan. Salah satu wujud nyata Mitra Binaan Telkom Kandatel Yogyakarta yakni telah ikut berpartisipasi dalam *Jogja Export Expo 2008 ke-13* dengan tema “Produk Inovatif untuk Pasar Global”, dan Festival Pasar Masyarakat bulan September 2008 di Semarang. Selain itu juga ikut berpartisipasi dalam *Indocraft ke-6* dan Bazaar Lebaran tahun 2008 di Hall A Jakarta Convention Center (JCC).

Untuk lebih jelasnya berikut adalah penjelasan mengenai program yang berkaitan dengan Program Kemitraan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta:

1. Definisi Program Kemitraan

Program Kemitraan adalah Program Pembinaan Usaha Kecil (UMK) dan Koperasi guna mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi, terciptanya lapangan kerja, serta kesempatan berusaha bagi masyarakat.

Upaya memberdayakan UMK dan Koperasi dimaksudkan untuk menjadikan usahanya sebagai unit usaha yang tangguh dan mandiri serta mampu bersaing baik di pasar regional, nasional, maupun global.

2. Dasar Hukum Kemitraan

Peraturan Menteri BUMN nomor: PER-05/MBU/2007 tanggal 27 April 2007, Instansi BUMN termasuk PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk diwajibkan melakukan pembinaan usaha kecil dan koperasi dalam rangka mendukung Pemerintah guna:

- a. Mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi.
- b. Menciptakan pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja dan kesempatan berusaha.
- c. Mengembangkan potensi usaha kecil dan koperasi agar menjadi tangguh dan mandiri sehingga menjadi pilar ekonomi nasional dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.
- d. Mendorong tumbuhnya kemitraan antara BUMN dengan usaha kecil dan koperasi.

3. Bentuk Program Kemitraan

Bentuk-bentuk program kemitraan dari Mitra Binaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Area IV JATENG dan DIY adalah sebagai berikut:

- a. Pinjaman bergulir untuk modal usaha dengan bunga lunak 6% per tahun.
- b. Pinjaman khusus bagi UMK yang telah menjadi Mitra Binaan Telkom dalam rangka memenuhi pesanan dari rekanan usahanya.
- c. Program Pembinaan bersifat hibah dalam bentuk bantuan pendampingan, pendidikan/pelatihan, pemagangan, pameran, dan promosi.

4. Jenis Usaha

Jenis usaha yang dapat bergabung menjadi Mitra Binaan Telkom adalah usaha yang produktif di semua sektor ekonomi: Industri, perdagangan, pertanian, perkebunan, perikanan, jasa, lainnya dengan ketentuan:

- a. Memiliki kriteria sebagai usaha mikro dan kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih maksimal 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan (omset) tahunan paling banyak Rp. 1 miliar.
- b. Milik Warga Negara Indonesia.
- c. Telah melakukan kegiatan usaha minimal 1 (satu) tahun.
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi dengan usaha menengah atau usaha besar.
- e. Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum termasuk koperasi.
- f. Mempunyai potensi dan prospek usaha untuk dikembangkan.
- g. Tidak sedang menjadi Mitra Binaan BUMN dan institusi sejenis lain.

- h. Bersedia menyerahkan agunan/jaminan minimal sebesar 1,5 kali nilai pinjaman.

5. Prasyarat dan Prosedur Pengajuan

- a. Membuat Surat Permohonan disertai rencana pengembangan usaha dalam bentuk Proposal, disampaikan kepada PT. Telkom *Community Development Sub Area* (Kandatel) setempat.
- b. Rencana pengembangan usaha sekurang-kurangnya memuat:
- 1) Data Pribadi (sesuai KTP).
 - 2) Data Perusahaan: nama Perusahaan, alamat, nomor telepon (*fix-line* Telkom/Telkomflexi/Telkomsel yang bisa dihubungi).
 - 3) Uraian usaha: tempat usaha, lama usaha dan jenis produk barang atau jasa.
 - 4) Organisasi: jumlah tenaga kerja, susunan pengurus dan hubungan dengan lembaga keuangan dan perbankan.
 - 5) Produksi: prasarana/sarana jenis dan sumber bahan baku.
 - 6) Pemasaran: strategi, tempat/daerah, penjualan/omset.
 - 7) Laporan/Catatan Keuangan: (satu tahun terakhir), neraca dan *cash flow*.

8) Jumlah pinjaman yang dibutuhkan dan rencana penggunaan dana.

9) Keadaan yang diharapkan setelah mendapat pinjaman dibandingkan dengan kondisi saat ini.

10) Gambar/Denah Lokasi Usaha.

c. Lampiran Proposal:

1) Foto copy KTP Suami/Istri.

2) Foto copy Kartu Keluarga, Surat Nikah.

3) Pas Photo ukuran 3x4 Suami/Istri.

4) Ijin Usaha (bila ada)/Surat Keterangan Domisili dan Usaha dari Kelurahan.

5) Foto copy Rekening Bank Mandiri/Buku Tabungan, Rek. Listrik dan Rek. Telepon terakhir.

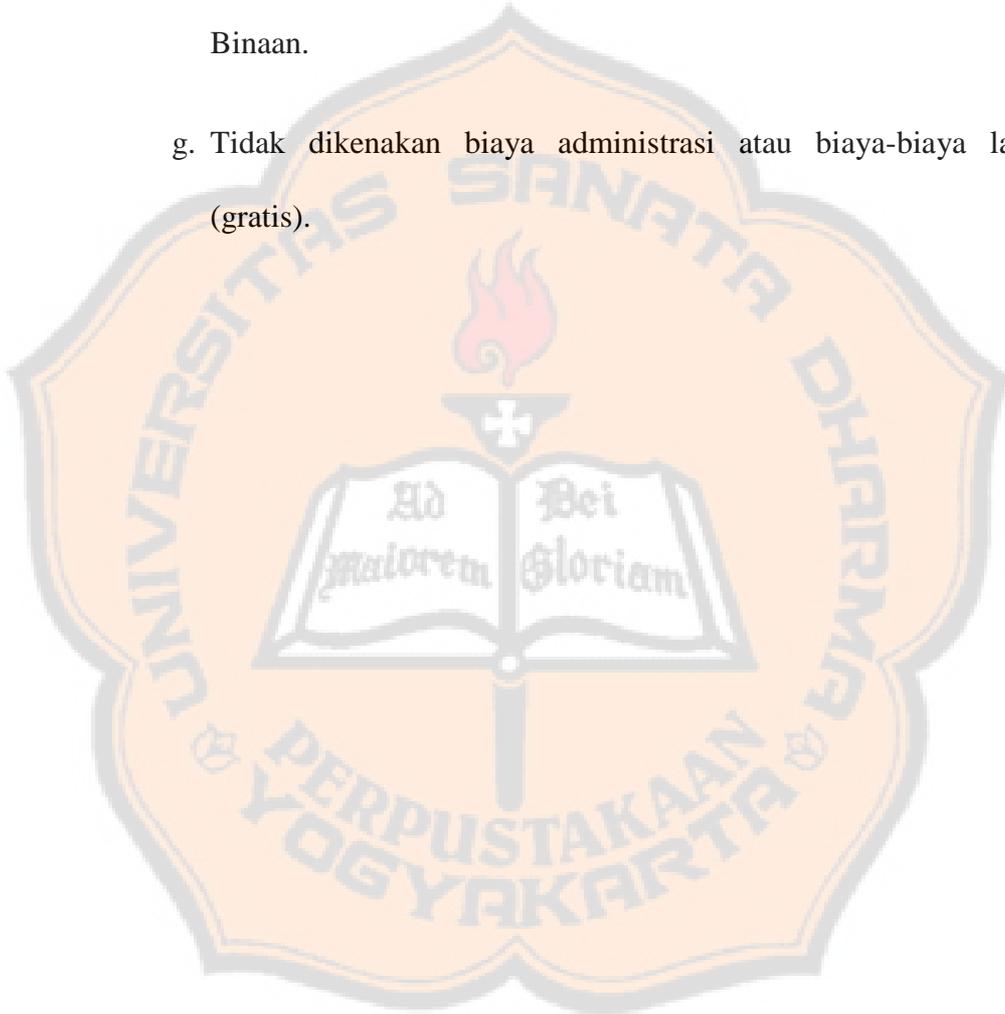
6) Surat Pernyataan tidak sedang dalam pembinaan dari BUMN lain.

7) Surat Pernyataan Suami/Istri dan Pernyataan lainnya.

8) Surat Kuasa bila Agunan atas nama orang lain.

d. TELKOM melakukan survei dan mengevaluasi atas permohonan/proposal tersebut.

- e. Calon Mitra Binaan TELKOM yang terpilih terikat dalam surat perjanjian/kontrak yang memuat hak dan kewajiban Mitra Binaan TELKOM.
- f. Penyaluran dana diberikan melalui transfer ke rekening Mitra Binaan.
- g. Tidak dikenakan biaya administrasi atau biaya-biaya lainnya (gratis).



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB V

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat laba terhadap adanya program *Corporate Social Responsibility* perusahaan dan untuk mengetahui pengaruh program *Corporate Social Responsibility* tersebut terhadap tingkat kesejahteraan suatu masyarakat terutama masyarakat penerima program *Corporate Social Responsibility*.

1. Analisis yang dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah 1 : Apakah laba berpengaruh terhadap tingkat tanggung jawab sosial perusahaan?

Alat analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh tingkat laba terhadap adanya program *Corporate Social Responsibility* perusahaan adalah regresi linear sederhana. Adapun data yang digunakan adalah data sekunder yakni laba (laba setelah pajak) perusahaan PT. Telkom Kandatel Yogyakarta dari tahun 2002 sampai dengan 2010, sedangkan data *Corporate Social Responsibility* perusahaan (kemitraan PKBL Kandatel Yogyakarta) mulai tahun 2002.

2. Analisis yang dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah 2 : Apakah tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat?

Alat analisis kedua yang digunakan untuk mengetahui pengaruh program *Corporate Social Responsibility* terhadap tingkat kesejahteraan suatu masyarakat digunakan statistik deskriptif. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan sampel data nama

penerima program CSR diperoleh dari data sekunder yang diberikan oleh pihak PT. Telkom Kandatel Yogyakarta yaitu sebanyak 40 orang. Dari data 40 orang ternyata peneliti hanya mampu menemukan 34 orang responden. Dari 34 orang yang ditemui yang bersedia dijadikan sebagai responden sebanyak 31 orang.

A. Pengaruh Tingkat Laba Terhadap Adanya Program *Corporate Social Responsibility*

Variabel didalam penelitian ini ada dua yakni variabel independen tingkat laba dan variabel dependennya program CSR. Hasil analisis pengaruh antara tingkat laba terhadap program *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Kesesuaian Model

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .818 | .669 | .603 | 1552028.39374 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai R^2 sebesar 0,669. Nilai R^2 ini menunjukkan bahwa data tingkat laba mampu menjelaskan perubahan data program *Corporate Social Responsibility* sebesar 66,9%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 32,1% program *Corporate Social Responsibility* diterangkan oleh variabel lain (selain tingkat laba).

Tabel 8. Uji Kesesuaian Model (*Goodness of fit*)

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|------------------------|----|------------------------|--------|------|
| Regression | 243165128 54079.580 | 1 | 24316512854 079.580 | 10.095 | .025 |
| Residual | 120439606 74863.290 | 5 | 24087921349 72.658 | | |
| Total | 363604735 28942.860 | 6 | | | |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Hasil uji kesesuaian model (*goodness of fit*) di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas uji F (sig.) < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model diterima (program *Corporate Social Responsibility* dapat dijelaskan oleh tingkat laba).

Tabel 9. Pengaruh Tingkat Laba Terhadap Program *Corporate Social Responsibility*

| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|-------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -3658533.150 | 2359173.348 | | -1.551 | .182 |
| Laba | .804 | .253 | .818 | 3.177 | .025 |

Variabel Dependen : CSR

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$CSR = -3.658.533,150 + 0,804 * Laba$$

Selain itu, untuk membuktikan apakah tingkat laba berpengaruh atau tidak terhadap program *Corporate Social Responsibility* maka digunakan uji t. Nilai uji t yakni sebesar 3,177 dan nilai probabilitas (sig.) sebesar 0,025. Karena nilai probabilitas (0,025) < 0,05, maka dapat diartikan bahwa tingkat laba berpengaruh signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian dapat disimpulkan jika laba perusahaan meningkat maka program CSR juga akan semakin meningkat.

B. Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

Penyelenggaraan kegiatan CSR tersebar di seluruh daerah operasi PT. Telkom dan pada pelaksanaannya menjadi tanggungjawab pada masing-masing pimpinan di daerah operasi, misalnya pada tingkat pusat, kegiatan CSR berada di bawah pembinaan Wakil Direktur Utama yang dikoordinasikan oleh *Head of Corporate Communication* (HCC). Pada tingkat Kandatel, aktivitas CSR menjadi tanggungjawab General Manager Kandatel. Sedangkan untuk anak Perusahaan, program CSR menjadi tanggungjawab pimpinan Perusahaan yang bersangkutan. Penelitian ini difokuskan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat penerima program CSR yang ada di Yogyakarta, yaitu pada program kemitraan. Adapun hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|---------------|--------|----------------|
| Laki-laki | 20 | 64.5 |
| Perempuan | 11 | 35.5 |
| Total | 31 | 100 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan Tabel 10 di atas diketahui bahwa sebagian responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebanyak 14 orang atau 64,5%, sedangkan sisanya yakni sebanyak 35,% adalah responden dengan jenis kelamin perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas masyarakat penerima program CSR adalah laki-laki.

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

| No. | Agama | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|--------|--------|----------------|
| 1 | Muslim | 31 | 100% |
| Total | | 31 | 100 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan Tabel 11 di atas, diketahui bahwa semua responden dalam penelitian ini beragama Islam (muslim). Kondisi ini menunjukkan bahwa secara kebetulan semua responden yang dijadikan sebagai subjek penelitian memeluk agama Islam.

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No. | Pekerjaan | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|------------|--------|----------------|
| 1 | Wiraswasta | 31 | 100% |
| Total | | 31 | 100% |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Tabel 12 di atas menunjukkan bahwa semua responden dalam penelitian ini bekerja sebagai wiraswasta (100%). Adapun jenis-jenis usaha yang dijalankan yakni kerajinan perak, batik lukis, bengkel mobil, *handicraft*, *texcraft*, perikanan, peternakan, konveksi dan aneka makanan kecil.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| No. | Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|---------------------|--------|----------------|
| 1 | SMA | 19 | 61.3 |
| 2 | Perguruan Tinggi | 12 | 38.7 |
| Total | | 31 | 100 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Mayoritas responden dalam penelitian ini ternyata memiliki tingkat pendidikan SMA yakni sebanyak 19 orang atau 61,3%, dan 38,7% responden memiliki tingkat pendidikan terakhir perguruan tinggi.

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Per Bulan Sebelum Menerima CSR

| No. | Pendapatan Rata-rata per bulan (Rp) | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|-------------------------------------|--------|----------------|
| 1 | 2.000.000 | 13 | 41.9 |
| 2 | 2.500.000 | 14 | 45.2 |
| 3 | 2.750.000 | 3 | 9.7 |
| 4 | 3.000.000 | 1 | 3.2 |
| Total | | 31 | 100 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan jawaban responden mengenai pertanyaan pendapatan rata-rata per bulan sebelum menerima CSR diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini tingkat pendapatan rata-rata per bulannya sebesar Rp2.500.000,00 (45,2%), 41,9% responden memiliki pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp2.000.000,00, 9,7% responden memiliki pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp2.750.000,00 dan sisanya yakni sebesar 3,2% responden memiliki pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp3.000.000,00. Secara umum rata-rata penghasilan dari 31 responden yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini sebelum menerima program CSR adalah sebesar Rp2.330.645,16.

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Per Bulan Setelah Menerima CSR

| No. | Pendapatan Rata-rata per bulan Setelah CSR (Rp) | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|---|--------|----------------|
| 1 | 2.900.000 | 1 | 3.2 |
| 2 | 3.000.000 | 8 | 25.8 |
| 3 | 3.250.000 | 1 | 3.2 |
| 4 | 3.400.000 | 1 | 3.2 |
| 5 | 3.500.000 | 15 | 48.4 |
| 6 | 3.600.000 | 1 | 3.2 |
| 7 | 3.700.000 | 1 | 3.2 |
| 8 | 3.800.000 | 1 | 3.2 |
| 9 | 4.000.000 | 2 | 6.5 |
| Total | | 31 | 100 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Tabel 15 di atas menunjukkan bahwa setelah mendapatkan bantuan CSR pendapatan responden menjadi meningkat karena semula penghasilannya hanya dari Rp2.000.000 sampai dengan Rp3.000.000 bergerak menjadi Rp2.900.000 sampai dengan Rp4.000.000. Dengan penjabaran sebagai berikut bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini tingkat pendapatan rata-rata per bulannya setelah menerima CSR menjadi sebesar Rp3.500.000,00 (48,4%), 25,8% responden memiliki pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp3.000.000,00 dan sisanya memiliki pendapatan setelah CSR antara Rp2.900.000 sampai dengan Rp4.000.000. Secara umum rata-rata penghasilan responden setelah menerima program CSR adalah sebesar Rp3.391.935,48.

Untuk membuktikan apakah perbedaan pendapatan responden antara sebelum dan sesudah menerima program CSR maka dilakukan pengujian *paired sample t-test* (uji beda data berpasangan). Hasil uji *paired sample t-test* adalah sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Uji *Paired Sample T-Test*

| Penghasilan responden | Mean | t | Sig. |
|------------------------------|----------------|---------|-------|
| Penghasilan (Rp) | Rp2.330.645.16 | -20.001 | 0,000 |
| Penghasilan setelah CSR (Rp) | Rp3.391.935.48 | | |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan uji *paired sample t-test* di atas, membuktikan bahwa ada perbedaan pendapatan antara sebelum dan sesudah menerima CSR (sig. < 0,05). Kondisi ini menunjukkan bahwa penghasilan responden setelah menerima program CSR mengalami peningkatan.

Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

| No. | Jumlah Tanggungan | Jumlah | Persentase (%) |
|-------|-------------------|--------|----------------|
| 1 | 4 | 23 | 74.2 |
| 2 | 5 | 5 | 16.2 |
| 3 | 9 | 1 | 3.2 |
| 4 | 6 | 1 | 3.2 |
| 5 | 1 | 1 | 3.2 |
| Total | | 31 | 100 |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki jumlah tanggungan sebanyak 4 orang (74,2%), 16,2% responden memiliki tanggungan sebanyak 5 orang, 6,4,% responden memiliki jumlah tanggungan sebanyak 9 dan 6, sedangkan 1 (3,2%) hanya menanggung dirinya sendiri.

Berdasarkan jumlah tanggungan di atas, maka dapat dihitung pendapatan perkapita rata-rata per bulan responden. Hasil perhitungan rata-rata perkapita setelah menerima CSR diperoleh hasil sebesar Rp879.668,45.

Tabel 18. Bentuk Bantuan yang Diterima

| No. | Bentuk Bantuan | Jumlah | Persentase dari 31 responden (%) |
|-----|----------------------|--------|----------------------------------|
| 1 | Bantuan Kredit usaha | 31 | 100% |
| 2 | Pelatihan | 26 | 83,9% |

Sumber: Pengolahan data primer 2011

Berdasarkan Tabel 18 di atas diketahui bahwa semua responden telah menerima bantuan dengan bentuk bantuan kredit usaha serta bentuk pelatihan internet khususnya *e-commerce*.

2. Indikator Peningkatkan Kesejahteraan Masyarakat

Tabel 19. Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

| No. | Indikator Peningkatan | Jumlah | Persentase dari 31 responden (%) |
|-----|---|--------|----------------------------------|
| 1 | Penghasilan meningkat | 31 | 100 |
| 2 | Terbantu dalam menanggung biaya hidup sehari-hari | 31 | 100 |
| 3 | Terbantu dalam menanggung biaya sekolah anak | 30 | 96,8 |
| 4 | Memiliki tambahan tabungan keluarga | 29 | 93,5 |
| 5 | Makan teratur dengan lauk pauk memadai | 30 | 96,8 |
| 6 | Menempati tempat tinggal yang lebih layak/baik | 29 | 93,5 |
| 7 | Lingkungan di sekitar tempat tinggal lebih sehat | 30 | 96,8 |
| 8 | Mampu memberi sumbangan secara lebih teratur | 29 | 93,5 |
| 9 | Mampu berekreasi secara berkala | 20 | 64,5 |
| 10 | Optimis terhadap masa depan yang lebih baik | 28 | 90,3 |
| 11 | Membayar pajak penghasilan lebih tinggi | 24 | 77,4 |
| 12 | Produktivitas meningkat | 30 | 96,8 |
| 13 | Merasa masa depan lebih baik | 26 | 83,9 |

Berdasarkan data Tabel 19 di atas, dapat dilihat bahwa indikator “Penghasilan meningkat” dan “Terbantu dalam menanggung biaya hidup sehari-hari” semua responden setuju. Hal ini dikarenakan setelah responden tersebut memiliki tambahan modal dari Telkom maka usaha yang dijalankannya semakin maju atau terbantu, sehingga pendapatan atau keuntungan yang diterimanya juga bertambah. Hasil wawancara lebih

lanjut menunjukkan bahwa seiring dengan bertambahnya keuntungan maka dalam menanggung biaya hidup sehari-hari masing-masing responden menjadi terbantu jika dibandingkan dengan sebelum mendapatkan bantuan tambahan modal. Selain itu, biaya-biaya hidup yang lain juga dapat terpenuhi misalnya biaya sekolah, lauk pauk maupun aktivitas sosial. Dari indikator yang ada ternyata yang paling rendah adalah indikator “mampu berekreasi secara berkala”. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa ada responden yang menjelaskan bahwa meskipun usaha dan keuntungannya semakin bertambah akan tetapi berekreasi secara berkala belum dianggap penting. Selain itu, ada pula responden yang menjawab bahwa memang belum mampu jika berekreasi secara berkala.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa tingkat laba berpengaruh signifikan terhadap program *Corporate Social Responsibility* (sig. < 0,05), maka dapat dijelaskan jika tingkat laba meningkat maka program *Corporate Social Responsibility* akan meningkat pula, demikian sebaliknya jika tingkat laba menurun maka program *Corporate Social Responsibility* akan menurun.

Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin besar tingkat laba yang dimiliki oleh perusahaan maka CSR-nya juga akan semakin meningkat, hal ini hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hossain *et al.* (2006) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *net profit margin* maka

pengungkapan informasi sosial (CSR) juga akan semakin tinggi. Selain itu Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006).

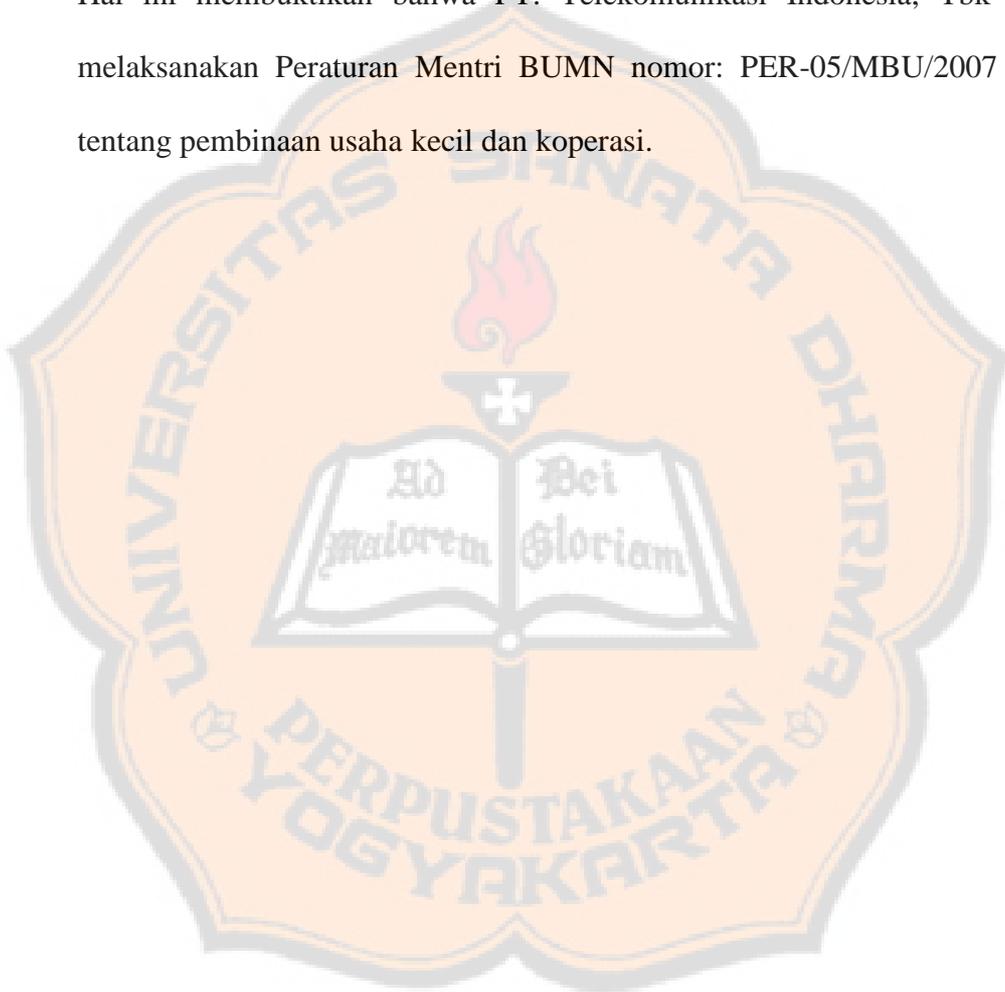
Sebuah perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya dan tidak hanya mengejar keuntungannya saja, maka perusahaan tersebut akan memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat di sekitar perusahaan. Dengan demikian, perusahaan harus dapat menyeimbangkan antara dunia usaha dengan masyarakat sekitar sehingga terjalin hubungan yang kondusif antara pelaku usaha dengan masyarakat.

Dampak program CSR yang dilakukan oleh PT. Telkom Kandatel Yogyakarta ternyata dapat dikatakan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan penghasilan rata-rata perbulannya setelah mendapatkan bantuan CSR. Seiring dengan peningkatan penghasilan, maka masyarakat penerima CSR merasa bahwa penghasilannya meningkat, menjadi terbantu dalam menanggung biaya hidup sehari-hari, terbantu dalam menanggung biaya sekolah, dapat makan dengan teratur dan memadai, memiliki tambahan tabungan keluarga dan lain sebagainya.

Namun jika ditinjau dari rata-rata pendapatan perkapita sesudah menerima CSR (Rp879.668,45) menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat tergolong dalam kategori yang cukup sejahtera karena jika dibandingkan dengan upah minimum regional (UMR) setempat (Yogyakarta) yaitu sebesar Rp808.000 tahun 2011 maupun pendapatan perkapita

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Yogyakarta sebesar Rp1.918.250, pendapatan perkapita tersebut sudah lebih tinggi. Dengan demikian penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mapisangka (2009) yang menyatakan bahwa CSR memberikan suatu pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk sudah melaksanakan Peraturan Menteri BUMN nomor: PER-05/MBU/2007 yakni tentang pembinaan usaha kecil dan koperasi.



PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa tingkat laba berpengaruh signifikan terhadap program *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian dapat dijelaskan jika tingkat laba meningkat maka program *Corporate Social Responsibility* akan meningkat pula, demikian sebaliknya jika tingkat laba menurun maka program *Corporate Social Responsibility* akan menurun. Hal ini menggambarkan bahwa semakin besar tingkat laba yang dimiliki oleh perusahaan maka CSR-nya juga akan semakin meningkat, hal ini hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hossain *et al.* (2006) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi *net profit margin* maka pengungkapan informasi sosial (CSR) juga akan semakin tinggi. Selain itu Bowman dan Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996) yang menyatakan semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Anggraini, 2006).
2. Dampak program CSR yang dilakukan oleh PT. Telkom Kandatel Yogyakarta ternyata dapat dikatakan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara langsung. Hal ini dapat dilihat dari indikator-indikator peningkatan kesejahteraan masyarakat yang terungkap. Dengan demikian penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mapisangka (2009) yang

menyatakan bahwa CSR memberikan suatu pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Dalam penelitian ini data mengenai CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk hanya diukur berdasarkan program kemitraan saja, sedangkan program CSR yang lain belum dimasukkan. Dengan demikian, pengukuran pengaruh dari peningkatan laba terhadap peningkatan program CSRnya belum dapat digeneralisasi karena hanya terbatas pada program kemitraan.
2. Adanya keterbatasan subjek penelitian karena tidak semua responden yang dipilihkan dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta bersedia menjadi sampel penelitian.

C. Saran

1. Penelitian ini menemukan bahwa ada pengaruh peningkatan laba dengan peningkatan program CSR serta adanya dampak peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat penerima program CSRnya. Dengan demikian diharapkan bagi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk terus mempertahankan dan meningkatkan program CSR sehingga akan semakin dapat berdampak bagi kesejahteraan masyarakat pada umumnya.
2. Bagi Peneliti selanjutnya yang tertarik mengenai pengaruh laba terhadap peningkatan program CSR serta dampaknya terhadap masyarakat diharapkan untuk meneliti topik sejenis dengan lain perusahaan.

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar BEJ)". *Makalah disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 23-26 Agustus 2006.*
- Antri. 2009. *Parameter Kesejahteraan*.
http://www.tamzis.com/index.php?option=com_content&task=view&id=9&Itemid=9 Diakses tanggal 10 November 2010
- Ardana, I Komang. 2008. *Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial*. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol 13 No 1. Hal 32-39.
- Budimanta, Arief et al. 2008. *Corporate Social Responsibility : Alternatif bagi Pembangunan di Indonesia*. Edisi kedua. Jakarta : ICSD
- Chariri, Anis dan Ghozali, *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2001.
- Daniri, Achmad, Mas. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*.
- Effendy, Bahtiar. 2003. *Journal Reformasi Ekonomi Vol. 4, No. 1*
- Emaryanti, Dwi. 2009. *Laba - (Income)*.
<http://dwiermayanti.wordpress.com/2009/03/14/laba-income/> Diakses tanggal 04 Juni 2010
- Harahap. 2006. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2006/012006/11/0901.htm> Diakses tanggal 15 Juni 2010
- Hossain, et al. 2006. "Corporate social and environmental disclosure in developing countries; evidence from Bangladesh". Faculty of commerce papers, University of Wollongong.
<http://ro.uow.edu.au/commpapers/179>. Diakses tanggal 6 Agustus 2010.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPF.
- Keraf, Sony A. 1998. *Etika Bisnis : Tuntutan dan Relevansinya*. Edisi Baru. Yogyakarta : Kanisius
- Mapisangka. 2009. *Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*. PT. BIC: Batam

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Media Indonesia. 2007. *CSR Paksaan atau Komitmen*. Artikel (Juli).
<http://swarafkjm.blogspot.com> Diakses tanggal 07 Juli 2010
- Nurmansyah, Agung. 2006. *Corporate Social Responsibility Isu dan Implementasinya*. Kajian Bisnis, Vol. 14, NO. 1, Januari-April 2006
- Pemerintah Kabupaten Garut. 2009. *Tingkat Kesejahteraan Masyarakat*.
http://www.garutkab.go.id/pub/static_menu/detail/sosbud_kesejahteraan_sosial_kesejahteraan_masyarakat Diakses tanggal 10 Juli 2010
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. 1989. *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: PT. Pustaka LP3S.
- Suwardjono, 2005. *Teori Akuntansi*. BPFE-Yogyakarta.
- Susanto, A.B. 2007. *Corporate Social Responsibility: A Strategic Management Approach*. The Jakarta Consulting Group Partner in Change, Jakarta
- Tanaya. 2004. *Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Widya Sari Press
- Widaya, Amirullah. 2002. *Riset Bisnis*. Yogyakarta: GRAHA ILMU

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



LAMPIRAN

SURAT PERMOHONAN MENJADI SUBJEK PENELITIAN

Kepada Yth.

.....

Di Tempat

Dengan hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta :

Nama : Andrianus Susanto

NIM : 062114016

Dalam rangka melaksanakan tugas akhir penulisan skripsi, saya akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Dampak *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat”. Untuk keperluan tersebut, dengan ini saya mohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan cara mengisi kuesioner terlampir. Jawaban dari Saudara hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan saya jamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan kesediaannya sebagai subjek pada penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Andrianus Susanto

062114016

Daftar Pertanyaan untuk Responden

Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR (*Corporate Social Responsibility*):

CSR adalah tanggung jawab perusahaan kepada lingkungannya, dengan cara ikut serta memajukan kesejahteraan masyarakat. Program CSR dapat dilakukan melalui berbagai macam cara, misalnya: Pemberian bantuan beasiswa, mendirikan klinik kesehatan, menyalurkan kredit kemitraan, pelestarian lingkungan hidup, pengembangan industri kecil, dsb.

A. Identitas Responden:

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Laki-laki/Perempuan*
3. Alamat Tempat Tanggal:
4. Agama:

| | | |
|------------|------------|----------|
| a. Islam | c. Kristen | e. Budha |
| b. Katolik | d. Hindu | |
5. Pekerjaan:

| | | |
|-------------------|--------------|----|
| a. PNS | d. Siswa | g. |
| Lainnya:..... | | |
| b. Wiraswasta | e. Mahasiswa | |
| c. Pegawai Swasta | f. Petani | |
6. Pendidikan Terakhir:

| | | |
|---------------|---------------------|----|
| a. SD | c. SLTA | e. |
| Lainnya:..... | | |
| b. SLTP | d. Perguruan Tinggi | |
7. Penghasilan Rata-rata Sebulan: Rp.....
8. Jumlah tanggungan anggota keluarga:

9. Jumlah bantuan CSR yang pernah diterima Rp

10. Kapan menerima CSR?

11. Apa saja bentuk bantuan yang diterima:

- a. Bantuan Kredit Usaha: Rp
- b. Beasiswa Anak: Rp
- c. Pelatihan:
 - 1) Usaha Kecil Menengah
 - 2) Lainnya jika ada:
- d. Bantuan lainnya yaitu:
 - 1) Renovasi sarana lingkungan.
 - 2) Renovasi sarana ibadah.
 - 3) Bantuan berkaitan dengan kegiatan olahraga.
 - 4) Bantuan korban musibah banjir/gempa/longsor dsb.
 - 5) Lainnya jika ada:

12. Apakah Saudara/Bapak/Ibu merasakan manfaat adanya program CSR dari Perusahaan?

- a. Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral

13. Apa manfaat yang dirasakan?

.....
.....
.....

14. Apakah Anda merasa program CSR yang Anda terima dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup anda/lingkungan anda?

- a. Setuju
- b. Tidak Setuju
- c. Netral

15. Apa saran Saudara/Bapak/Ibu terhadap program CSR selanjutnya?

.....
.....

***) Coret yang tidak tepat**

B. Checklist Peningkatan Kesejahteraan masyarakat Penerima CSR

Petunjuk: Dari Indikator di bawah ini, beri tanda (V) untuk indikator yang mengalami peningkatan setelah Saudara/Bapak/Ibu menerima bantuan CSR dari PT. Telkom Kandatel Yogyakarta.

| No | Indikator Peningkatan Kesejahteraan | Setuju | Tidak Setuju |
|----|---|--------|--------------|
| 1 | Penghasilan meningkat | | |
| 2 | Terbantu dalam menanggung biaya hidup sehari-hari | | |
| 3 | Terbantu dalam menanggung biaya sekolah anak | | |
| 4 | Memiliki tabungan keluarga | | |
| 5 | Makan teratur dengan lauk memadai | | |
| 6 | Menempati tempat tinggal yang layak | | |
| 7 | Lingkungan di sekitar tempat tinggal sehat | | |
| 8 | Mampu memberi sumbangan secara teratur | | |
| 9 | Mampu berekreasi secara berkala | | |
| 10 | Optimis terhadap masa depan yang lebih baik | | |
| 11 | Membayar pajak penghasilan | | |
| 12 | Produktivitas meningkat | | |
| 13 | Hal-hal positif yang disarankan responden setelah menerima bantuan CSR: | | |
| | a. | | |
| | b. | | |
| | c. | | |
| | d. | | |
| | e. | | |

Surat Permohonan Ijin Penelitian



Nomor : Tel. 97/PD-520/HRC-F3020000/2011
Perihal : Ijin Penelitian

Kepada Yth,
Kaprosdi Akuntansi Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta

di tempat

Dengan Hormat,

Merujuk surat Saudara perihal Permohonan Ijin Penelitian . Dengan ini kami beritahukan bahwa kami tidak keberatan atas permohonan saudara tentang Permohonan ijin dimaksud di PT. TELKOM Yogyakarta, bagi mahasiswa atas nama :

Nama : Andrianus Susanto NIM : 062114016

Jurusan : Akuntansi
Institusi : Sanata Dharma Yogyakarta

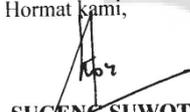
Adapun waktu pelaksanaan s/d bulan Mei 2011, di Unit CDC dan HR Rep Area Yogyakarta . Kepada mahasiswa tersebut diwajibkan untuk mengikuti dan melaksanakan tata tertib yang berlaku sebagai berikut :

1. Hari dan jam kerja jam kerja pegawai yaitu **Senin s/d Jumat jam 08.00 s/d 17.00 WIB**
2. **Berpakaian Sopan dan rapi di lingkungan Kantor**
3. Harus menggunakan telepon flexi / telkomsel
4. Menyerahkan satu set hasil penelitian / skripsi untuk perpustakaan Kantor
5. Tidak menyebar luaskan hasil penelitian kepada pihak lain
6. Menanda tangani surat pernyataan diatas meterai Rp. 6000,- (enamribu rp)

Demikian pemberitahuan kami, atas perhatian saudara disampaikan terima kasih.

Yogyakarta, 04 April 2011

Hormat kami,


SUGENG SUWOTO
JOM HR REPRESENTATIVE



Lampiran 1: Dana Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Dana Penyaluran Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

| Tahun | Dana Kemitraan (Dalam Milayaran Rupiah) |
|--------------|--|
| 2010 | 283,8 |
| 2009 | 153,6 |
| 2008 | 204,947 |
| 2007 | 182,595 |
| 2006 | 93,072 |
| 2005 | 320,703 |
| 2004 | 94,5 |
| 2003 | 66,51 |

Lampiran 2: Laba Bersih PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Laba Bersih PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Periode 2002 -2008 dan Laporan CSR Program Kemitraan Wilayah Yogya 2002-2008:

| Tahun | Laba Bersih (Dalam Jutaan Rp) | Lap. CSR Prog. Kemitraan wil. Yogyakarta (Dalam Ribuan Rp) |
|--------------|--|---|
| 2002 | 8.039.709 | 300.740 |
| 2003 | 6.087.227 | 1.797.000 |
| 2004 | 6.614.568 | 2.090.000 |
| 2005 | 7.993.566 | 3.430.000 |
| 2006 | 11.005.577 | 4.129.400 |
| 2007 | 12.857.018 | 6.660.000 |
| 2008 | 10.619.470 | 6.804.950 |

Lampiran 3: Regresi Laba Terhadap CSR Uji Regression

Variables Entered/Removed^d

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | Laba ^a | . | Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: CSR

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .818 ^a | .669 | .603 | 1552028.39 |

a. Predictors: (Constant), Laba

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 2.4E+013 | 1 | 2.432E+013 | 10.095 | .025 ^a |
| | Residual | 1.2E+013 | 5 | 2.409E+012 | | |
| | Total | 3.6E+013 | 6 | | | |

a. Predictors: (Constant), Laba

b. Dependent Variable: CSR

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -3658533 | 2359173 | | -1.551 | .182 |
| | Laba | .804 | .253 | .818 | 3.177 | .025 |

a. Dependent Variable: CSR

Lampiran 4: Karakteristik Responden

Jenis kelamin

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Laki-laki | 20 | 64.5 | 64.5 | 64.5 |
| Perempuan | 11 | 35.5 | 35.5 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Alamat tempat tinggal

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Bayen RT/RW : 06/02 | 1 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| Gambiran UH 5/269 A RT/RW: 036/009 | 1 | 3.2 | 3.2 | 6.5 |
| Gatak RT/RW: 02/10 | 1 | 3.2 | 3.2 | 9.7 |
| Gedong Kuning RT/RW: 20/14 | 1 | 3.2 | 3.2 | 12.9 |
| Gedongan KG 3/26 RT/RW: 002/001 | 1 | 3.2 | 3.2 | 16.1 |
| Grejeng Babadan RT/RW: 003/001 | 1 | 3.2 | 3.2 | 19.4 |
| Grejeng Babadan RT/RW: 004/002 | 1 | 3.2 | 3.2 | 22.6 |
| Grejeng Babadan RT/RW: 006/003 | 1 | 3.2 | 3.2 | 25.8 |
| Jambon RT/RW: 04/12 | 1 | 3.2 | 3.2 | 29.0 |
| Japanan RT/RW : 01/15 | 1 | 3.2 | 3.2 | 32.3 |
| Jaten RT/RW : 007/031 | 1 | 3.2 | 3.2 | 35.5 |
| Jl Raya Tajem No. 43/RT/RW 03/43 | 1 | 3.2 | 3.2 | 38.7 |
| Jl. Ngasem No. 17 YK | 1 | 3.2 | 3.2 | 41.9 |
| Jln. Suryodiningratan No. 25 RT/RW: 042/012 | 1 | 3.2 | 3.2 | 45.2 |
| Jln. Suryodiningratan No. 52 RT/RW: 10/03 | 1 | 3.2 | 3.2 | 48.4 |
| Jowah V RT/RW: 04/10 | 1 | 3.2 | 3.2 | 51.6 |
| Jowah V RT/RW: 12/15 | 1 | 3.2 | 3.2 | 54.8 |
| Kotagede YK | 1 | 3.2 | 3.2 | 58.1 |
| Krangkungan No. 17 Sanggrahan RT 02/08 | 1 | 3.2 | 3.2 | 61.3 |
| Krangkungan No. 17 Sanggrahan RT/RW: 02/08 | 1 | 3.2 | 3.2 | 64.5 |
| Krangkungan RT/RW: 03/09 | 1 | 3.2 | 3.2 | 67.7 |
| Mangkuyudan MJ 3/230 RT/RW: 024/007 | 1 | 3.2 | 3.2 | 71.0 |
| Pathuk NG I/634 RT/RW: 037/007 | 1 | 3.2 | 3.2 | 74.2 |
| Peleman RT/RW: 01/03 | 1 | 3.2 | 3.2 | 77.4 |
| Plumbon RT/RW: 14/11 | 1 | 3.2 | 3.2 | 80.6 |
| Pulewulung RT/RW: 05/29 | 1 | 3.2 | 3.2 | 83.9 |
| Purbayan KG III/1 193 RT/RT: 055/013 | 1 | 3.2 | 3.2 | 87.1 |
| Sanggrahan RT/RW: 07/09 | 1 | 3.2 | 3.2 | 90.3 |
| Semingin RT/RW: 04/10 | 1 | 3.2 | 3.2 | 93.5 |
| Tambakbayan RT/RW: 12/12 | 1 | 3.2 | 3.2 | 96.8 |
| Trumpon RT/RW: 04/04 | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Agama

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Muslim | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Pekerjaan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Wiraswasta | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Pendidikan Terakhir

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid SMA | 19 | 61.3 | 61.3 | 61.3 |
| Perguruan Tinggi | 12 | 38.7 | 38.7 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Penghasilan (Rp)

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2000000 | 13 | 41.9 | 41.9 | 41.9 |
| 2500000 | 14 | 45.2 | 45.2 | 87.1 |
| 2750000 | 3 | 9.7 | 9.7 | 96.8 |
| 3000000 | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan :

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2 | 18 | 58.1 | 60.0 | 60.0 |
| 3 | 8 | 25.8 | 26.7 | 86.7 |
| 4 | 2 | 6.5 | 6.7 | 93.3 |
| 5 | 1 | 3.2 | 3.3 | 96.7 |
| 8 | 1 | 3.2 | 3.3 | 100.0 |
| Total | 30 | 96.8 | 100.0 | |
| Missing System | 1 | 3.2 | | |
| Total | 31 | 100.0 | | |

Bantuan CSR yang pernah diterima (Rp)

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 15000000 | 3 | 9.7 | 9.7 | 9.7 |
| | 20000000 | 17 | 54.8 | 54.8 | 64.5 |
| | 23000000 | 1 | 3.2 | 3.2 | 67.7 |
| | 25000000 | 3 | 9.7 | 9.7 | 77.4 |
| | 30000000 | 7 | 22.6 | 22.6 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Kapan menerima CSR

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 2007 | 1 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| | 2008 | 4 | 12.9 | 12.9 | 16.1 |
| | 2009 | 12 | 38.7 | 38.7 | 54.8 |
| | 2010 | 14 | 45.2 | 45.2 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Bantuan kredit usaha

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ya | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Bentukaa

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | | 27 | 87.1 | 87.1 | 87.1 |
| | Batik Lukis | 1 | 3.2 | 3.2 | 90.3 |
| | Kerajinan kulit | 1 | 3.2 | 3.2 | 93.5 |
| | Konveksi | 1 | 3.2 | 3.2 | 96.8 |
| | Toko Bangunan | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Bentukab

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | | 30 | 96.8 | 96.8 | 96.8 |
| | Sandang | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Pelatihan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 5 | 16.1 | 16.1 | 16.1 |
| | Ya | 26 | 83.9 | 83.9 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Pelatihanb

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | | 5 | 16.1 | 16.1 | 16.1 |
| | E-Commecil | 2 | 6.5 | 6.5 | 22.6 |
| | E-Commerc | 12 | 38.7 | 38.7 | 61.3 |
| | E-Commercil | 4 | 12.9 | 12.9 | 74.2 |
| | Internet | 4 | 12.9 | 12.9 | 87.1 |
| | Tehnologi informasi | 4 | 12.9 | 12.9 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Manfaat adanya program CSR perusahaan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Rasakan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid beban diringankan | 2 | 6.5 | 6.5 | 6.5 |
| Bisa untuk menambah modal usaha | 1 | 3.2 | 3.2 | 9.7 |
| Hidup lebih terbantu | 1 | 3.2 | 3.2 | 12.9 |
| Hidup menjadi lebih baik | 2 | 6.5 | 6.5 | 19.4 |
| Hidup menjadi lebih baik dan terbantu | 1 | 3.2 | 3.2 | 22.6 |
| Menambah lapangan pekerjaan | 1 | 3.2 | 3.2 | 25.8 |
| Menambah pengetahuan tentang ilmu pemasaran | 1 | 3.2 | 3.2 | 29.0 |
| Menambah wawasan tentang internet terutama dalam hal pemasaran | 1 | 3.2 | 3.2 | 32.3 |
| Menjadi tahu tentang menjual melalui internet | 1 | 3.2 | 3.2 | 35.5 |
| Merasa beban diringankan | 1 | 3.2 | 3.2 | 38.7 |
| Modal bertambah | 2 | 6.5 | 6.5 | 45.2 |
| Modal dan pengetahuan bertambah | 1 | 3.2 | 3.2 | 48.4 |
| Modal meningkat | 2 | 6.5 | 6.5 | 54.8 |
| Modal menjadi lebih besar | 1 | 3.2 | 3.2 | 58.1 |
| Modal semakin kuat | 1 | 3.2 | 3.2 | 61.3 |
| Modal usaha bertambah | 2 | 6.5 | 6.5 | 67.7 |
| Pengetahuan bertambah | 1 | 3.2 | 3.2 | 71.0 |
| Pengetahuan tentang pemasaran meningkat | 1 | 3.2 | 3.2 | 74.2 |
| Usaha dengan mudah berkembang | 1 | 3.2 | 3.2 | 77.4 |
| Usaha jadi berkembang | 2 | 6.5 | 6.5 | 83.9 |
| Usaha menjadi lebih stabil | 1 | 3.2 | 3.2 | 87.1 |
| Usaha semakin berkembang | 2 | 6.5 | 6.5 | 93.5 |
| Usaha semakin maju | 1 | 3.2 | 3.2 | 96.8 |
| Usaha serasa menjadi lebih mudah | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Saran

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Agar terus dipertahankan dan dikembangkan | 1 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| Bantuannya ditambah dan ditingkatkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 6.5 |
| Bantuannya ditingkatkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 9.7 |
| Dikembangkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 12.9 |
| Ditambah terus | 1 | 3.2 | 3.2 | 16.1 |
| Ditingkatkan | 1 | 3.2 | 3.2 | 19.4 |
| Ditingkatkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 22.6 |
| Ditingkatkan program bantuan kemitraannya | 1 | 3.2 | 3.2 | 25.8 |
| Lanjutkan | 1 | 3.2 | 3.2 | 29.0 |
| Lanjutkan agar masyarakat Indonesia semakin sejahtera | 1 | 3.2 | 3.2 | 32.3 |
| lanjutkan dan kembangkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 35.5 |
| Lebih ditingkatkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 38.7 |
| Lebih ditingkatkan lagi program csrnya | 1 | 3.2 | 3.2 | 41.9 |
| Lebih ditingkatkan program bantuan kemitraannya | 2 | 6.5 | 6.5 | 48.4 |
| Mohon dikembangkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 51.6 |
| Mohon ditingkatkan lagi | 2 | 6.5 | 6.5 | 58.1 |
| Mohon semakin dikembangkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 61.3 |
| Pertahankan | 2 | 6.5 | 6.5 | 67.7 |
| Pertahankan dan ditambah lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 71.0 |
| Pertahankan dan kembangkan lagi ke aspek lain | 1 | 3.2 | 3.2 | 74.2 |
| Program kemitraan dilanjutkan lagi | 1 | 3.2 | 3.2 | 77.4 |
| Program kemitraan ditingkatkan lagi | 2 | 6.5 | 6.5 | 83.9 |
| Semoga perusahaan dapat meningkatkan bantuannya kembali | 1 | 3.2 | 3.2 | 87.1 |
| Semoga perusahaan meningkatkan bantuannya | 1 | 3.2 | 3.2 | 90.3 |
| terus ditingkatkan | 1 | 3.2 | 3.2 | 93.5 |
| terus tingkatkan dan pertahankan | 1 | 3.2 | 3.2 | 96.8 |
| Teruskan programnya karena sangat bermanfaat | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Kesejahteraan hidup/lingkungan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 30 | 96.8 | 96.8 | 96.8 |
| | Tidak setuju | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Penghasilan meningkat

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Terbantu dalam menanggung biaya hidup sehari-hari

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Terbantu dalam menanggung biaya sekolah anak

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 30 | 96.8 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 1 | 3.2 | | |
| | Total | 31 | 100.0 | | |

Memiliki tabungan keluarga

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 2 | 6.5 | 6.5 | 6.5 |
| | Setuju | 29 | 93.5 | 93.5 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Makan teratur dengan lauk lebih memadai

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| | Setuju | 30 | 96.8 | 96.8 | 100.0 |
| | Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Menempati tempat tinggal yang lebih layak/baik

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 29 | 93.5 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 2 | 6.5 | | |
| Total | | 31 | 100.0 | | |

Lingkungan di sekitar tempat tinggal lebih sehat

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 1 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| | Setuju | 30 | 96.8 | 96.8 | 100.0 |
| Total | | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Mampu memberi sumbangan secara lebih teratur

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 2 | 6.5 | 6.5 | 6.5 |
| | Setuju | 29 | 93.5 | 93.5 | 100.0 |
| Total | | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Mampu berkreasi secara berkala

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak Setuju | 10 | 32.3 | 33.3 | 33.3 |
| | Setuju | 20 | 64.5 | 66.7 | 100.0 |
| Total | | 30 | 96.8 | 100.0 | |
| Missing | System | 1 | 3.2 | | |
| Total | | 31 | 100.0 | | |

Optimis terhadap masa depan yang lebih baik

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Setuju | 28 | 90.3 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 3 | 9.7 | | |
| Total | | 31 | 100.0 | | |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Membayar pajak penghasilan lebih tinggi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Setuju | 24 | 77.4 | 100.0 | 100.0 |
| Missing System | 7 | 22.6 | | |
| Total | 31 | 100.0 | | |

Produktivitas meningkat

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Setuju | 30 | 96.8 | 100.0 | 100.0 |
| Missing System | 1 | 3.2 | | |
| Total | 31 | 100.0 | | |

Merasa masa depan lebih baik

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Setuju | 26 | 83.9 | 100.0 | 100.0 |
| Missing System | 5 | 16.1 | | |
| Total | 31 | 100.0 | | |

Hal positif yang dirasakan setelah menerima bantuan CSR A

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 25 | 80.6 | 80.6 | 80.6 |
| Laba meningkat | 2 | 6.5 | 6.5 | 87.1 |
| Modal semakin kuat | 1 | 3.2 | 3.2 | 90.3 |
| Peningkatan pelatihan | 1 | 3.2 | 3.2 | 93.5 |
| Peningkatan pemasaran | 2 | 6.5 | 6.5 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Hal positif yang dirasakan setelah menerima bantuan CSR B

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 28 | 90.3 | 90.3 | 90.3 |
| Peningkatan pelatihan | 2 | 6.5 | 6.5 | 96.8 |
| Produksi meningkat | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hal positif yang dirasakan setelah menerima bantuan CSR C

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 30 | 96.8 | 96.8 | 96.8 |
| Laba meningkat | 1 | 3.2 | 3.2 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Hal positif yang dirasakan setelah menerima bantuan CSR D

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Hal positif yang dirasakan setelah menerima bantuan CSR E

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 31 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Lampiran 5: Penghasilan Setelah Menerima Program CSR

Penghasilan setelah CSR (Rp)

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 2900000.00 | 1 | 3.2 | 3.2 | 3.2 |
| 3000000.00 | 8 | 25.8 | 25.8 | 29.0 |
| 3250000.00 | 1 | 3.2 | 3.2 | 32.3 |
| 3400000.00 | 1 | 3.2 | 3.2 | 35.5 |
| 3500000.00 | 15 | 48.4 | 48.4 | 83.9 |
| 3600000.00 | 1 | 3.2 | 3.2 | 87.1 |
| 3700000.00 | 1 | 3.2 | 3.2 | 90.3 |
| 3800000.00 | 1 | 3.2 | 3.2 | 93.5 |
| 4000000.00 | 2 | 6.5 | 6.5 | 100.0 |
| Total | 31 | 100.0 | 100.0 | |

Lampiran 6: Pendapatan Per Capita Setelah Menerima Program CSR

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-----------------------|----|-----------|---------|---------|----------------|
| Pendapatan per capita | 31 | 437500.00 | 3500000 | 1465780 | 516541.06607 |
| Valid N (listwise) | 31 | | | | |

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|------------------------------|----|---------|---------|---------|----------------|
| Penghasilan (Rp) | 31 | 2000000 | 3000000 | 2330645 | 305417.043 |
| Penghasilan setelah CSR (Rp) | 31 | 2900000 | 4000000 | 3391935 | 300581.87298 |
| Valid N (listwise) | 31 | | | | |

Lampiran 7: Uji Paired Sample T-Test T-Test

Paired Samples Statistics

| Pair | | Mean | N | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|------|------------------------------|---------|----|----------------|-----------------|
| 1 | Penghasilan (Rp) | 2330645 | 31 | 305417.043 | 54854.520 |
| | Penghasilan setelah CSR (Rp) | 3391935 | 31 | 300581.87298 | 53986.10 |

Paired Samples Correlations

| Pair | | N | Correlation | Sig. |
|------|---|----|-------------|------|
| 1 | Penghasilan (Rp) & Penghasilan setelah CSR (Rp) | 31 | .525 | .002 |

Paired Samples Test

| | | Paired Differences | | | | | t | df | Sig. (2-tailed) |
|---|---|--------------------|----------------|-----------------|---|---------|---------|----|-----------------|
| | | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean | 95% Confidence Interval of the Difference | | | | |
| | | | | | Lower | Upper | | | |
| 1 | Penghasilan (Rp) - Penghasilan setelah CSR (Rp) | -1061290 | 295440.25832 | 53062.64 | -1169659 | -952922 | -20.001 | 30 | .000 |