

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang kaya akan sumber daya alam. Diera globalisasi ini semakin banyaknya perusahaan baru yang tumbuh dan dunia usaha semakin berkembang yang mengakibatkan sumber daya alam yang ada semakin banyak terkuras dan adapula sebagian yang menjadi rusak dan menimbulkan masalah yang merugikan banyak orang. Untuk itu pemerintah dalam rapat paripurna DPR RI pada 20 Juli 2007 yang memuat tentang ketentuan yang menyetujui Undang - Undang perusahaan menyisihkan sebagian labanya untuk program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Salah satu contoh, adanya peraturan Pemerintah Negara Republik Indonesia untuk perusahaan-perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang wajib menyisihkan 2% dari laba bersihnya setelah dikurangi pajak sebagai dana operasional pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (Peraturan Menteri Nomor per-05/MBU/2007). Pemerintah juga mengadakan program-program tentang tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan BUMN, yaitu Program Kemitraan dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan (Peraturan Menteri Nomor per-05/MBU/2007).

Program kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari sebagian laba BUMN. Yang dimaksud dengan usaha kecil disini adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan yang diatur dalam peraturan pemerintah (Peraturan Menteri Nomor per-05/MBU/2007). Perusahaan BUMN sebagai pembina membentuk sebuah unit di dalam organisasi perusahaannya untuk mengelola dan mengatur program kemitraan tersebut, dimana unit tersebut di bawah pengawasan seorang direksi perusahaan.

Sedangkan Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN dan dilaksanakan di wilayah usaha BUMN yang bersangkutan (Peraturan Menteri Nomor per-05/MBU/2007).

PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan salah satu perusahaan BUMN yang melakukan program CSR. Dana yang digunakan untuk program CSR yaitu 2% dari laba bersih PT. Telekomunikasi Indonesia selama satu tahun. PT. Telekomunikasi Indonesia merupakan perusahaan informasi dan komunikasi (*InfoCom*) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*Full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia. CSR yang dilaksanakan PT. Telekomunikasi Indonesia memfokuskan kegiatannya pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) berupa dana bantuan pinjaman untuk memulai usaha, contohnya modal kerja, pembelian barang-barang modal dan pinjaman khusus bersifat jangka pendek (maksimal 2 tahun) dan program Bina Lingkungan dimana yang menjadi objek bantuannya terdiri dari Bantuan kepada korban Bencana Alam (BBA), Bantuan Pendidikan dan atau Pelatihan (BPP), Bantuan Peningkatan Kesehatan Masyarakat (BKM), Bantuan Pengembangan Prasarana dan Sarana Umum (BSU) dan Bantuan Sarana Ibadah (BSI).

Dilihat dari peraturan pemerintah yang menyebutkan bahwa dana program kemitraan dan bina lingkungan diperoleh dari laba bersih perusahaan sebesar 2% (dua persen), dana tersebut jumlahnya bukanlah sedikit. Apalagi jika dilihat dari implementasi CSR yang tidak mengutamakan atau bahkan tidak untuk mencari keuntungan (profit) bagi perusahaan. Oleh karena itu Menurut **Dr.Ir. Arif Budimanta, MSi**, Direktur Eksekutif Indonesian *Centre for Sustainable Development* (ICSD) (Majalah Hortikultura, 2007) dalam pelaksanaan di lapangan, program CSR biasanya dikemas dengan kegiatan *Community Development* (CD) Kegiatan CD diimplementasikan dalam tiga bentuk, yaitu *Community service*, *Community relation*, dan *Community empowering*. *Community service* adalah kegiatan yang berkaitan dengan pelayanan terhadap kebutuhan publik. *Community relation* adalah kegiatan yang berkaitan dengan pencitraan perusahaan. Sedangkan yang ketiga, *Community empowering* adalah

kegiatan yang berkaitan dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Bentuk kegiatan yang terakhir ini semestinya sangat layak diarahkan pada pengembangan usaha kecil.

Sejarah telah menunjukkan bahwa usaha kecil atau yang biasa dikenal dengan UMKM di Indonesia mampu bertahan dan tetap eksis dengan adanya krisis ekonomi sejak 1997, bahkan menjadi katup penyelamat bagi pemulihan ekonomi bangsa karena kemampuannya memberikan sumbangan yang cukup signifikan pada PDB maupun penyerapan tenaga kerja (Ravik dan Heru, 2005). Ini yang menjadi salah satu alasan PT. Telekomunikasi Indonesia memfokuskan kegiatan CSR nya pada UMKM karena UMKM merupakan pilar perekonomian Indonesia.

Sejak saat itu peranan UMKM dalam menopang perekonomian nasional maupun regional dari tahun ke tahun baik eksistensi, ketangguhan maupun kontribusinya terus meningkat. Keberhasilan UMKM ini dikarenakan, pertama, UMKM tidak memiliki utang luar negeri dan tidak banyak utang ke perbankan. Kedua, sektor-sektor kegiatan UMKM, seperti pertanian, perdagangan, industri rumah tangga, dan lain-lainnya tidak bergantung sumber bahan baku dari luar negeri. UMKM menggunakan bahan baku lokal. Ketiga, walaupun belum semuanya, UMKM berorientasi ekspor. Dapat dikatakan UMKM merupakan soko guru perekonomian nasional. Sumbangan UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) mencapai 54%-57%, dan kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja sekitar 96% (Kementerian Koperasi dan UKM, 2011).

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Iman dan Adi, 2009). Melihat pentingnya peranan UMKM dalam perekonomian bangsa, pemerintah menetapkan bahwa program kemitraan lebih menjuruskan atau memfokuskan untuk membantu UMKM di Indonesia, terutama dalam permasalahan modal sedangkan bina lingkungan membantu kondisi lingkungan sosial masyarakat terutama wilayah

dimana BUMN menjalankan usaha. Mengingat banyaknya jumlah UMKM di Indonesia dan banyaknya masyarakat yang membutuhkan bantuan dalam hal sarana prasarana maka terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku UMKM atau yang biasa disebut calon mitra binaan yang ingin dibantu. begitu juga dengan dengan bina lingkungan. Kesalahan di dalam menentukan UKM mana yang akan diberikan pendanaan akan berakibat pada inefisiensi penyaluran dana CSR perusahaan yang akibatnya akan mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan walaupun secara tidak langsung.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“TINJAUAN PEMBERIAN DANA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) KEPADA MITRA BINAAN PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana kriteria Usaha Mitra Binaan dalam Program Kemitraan PT. Telekomunikasi Indonesia ?
2. Apa kendala yang dihadapi saat penyaluran dana PKBL kepada Mitra Binaan PT. Telekomunikasi Indonesia ?
3. Upaya Apakah yang dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia dalam mengatasi kendala tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kriteria Mitra Binaan dalam Program Kemitraan PT Telekomunikasi Indonesia.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi saat penyaluran dana kepada Mitra Binaan PT. Telekomunikasi Indonesia.
3. Untuk mengetahui upaya - upaya yang dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia dalam menghadapi kendala tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah,

1. Bagi Penulis

sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan, menambah ilmu pengetahuan yang sudah didapat selama perkuliahan dengan membandingkan kenyataan didunia kerja serta dapat menjadikan pengalaman yang berharga.

2. Bagi Perusahaan

Dengan laporan ini penulis berharap dapat memberikan masukan dan saran yang berarti serta menyumbangkan pemikiran-pemikiran yang dapat dipakai untuk meningkatkan Program CSR khususnya Program Kemitraan agar dapat mencapai tujuan Program Kemitraan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan referensi oleh pembaca dan masyarakat dan menambah wawasannya sehingga dapat memberikan sumbangan dan pengembangan pengetahuan bagi masyarakat luas untuk masa-masa yang akan datang.

1.5 Cara Memperoleh Data

Adapun cara memperoleh data yang dilakukan penulis adalah dengan cara sebagai berikut:

a. Study kepustakaan (*library research*)

Melakukan penelitian dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan mengunjungi situs-situs yang berhubungan dengan pemberian dana CSR.

b. Pengamatan (*observasi*)

Teknik pengambilan data dengan cara turun langsung pada kegiatan dan pekerjaan yang dihadapi melalui pengamatan.

c. Wawancara (*interview*)

Dalam hal ini selama pengerjaan penulis melakukan wawancara atau konsultasi secara langsung dengan pembimbing di lapangan dan beberapa narasumber untuk memperoleh data-data dan informasi yang dibutuhkan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi : Bandung, Jawa Barat
Tempat Penelitian : PT. Telekomunikasi Indonesia
Alamat Penelitian : Jl. W.R. Supratman No 66

b. Waktu Penelitian

Penelitian dimulai dari 02 April 2014 sampai 20 Agustus 2014