

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, bahwa penelitian ini dilakukan di kantor pusat PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) di Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan konsep *corporate social responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap *profitabilitas* perusahaan.

Dalam rangka mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat serta terciptanya pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja, kesempatan berusaha dan pemberdayaan masyarakat, TELKOM memiliki komitmen untuk mendukung kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan sebagai bagian dari strategi bisnis untuk menjaga kelangsungan usaha perusahaan. Tujuan dasar TELKOM melaksanakan CSR adalah untuk mendukung kepedulian perusahaan pada 3 (tiga) Dasar Pembangunan yang berkelanjutan, yaitu:

- a. Bidang Sosial;
- b. Bidang Ekonomi;
- c. Bidang Lingkungan.

Sedangkan lingkup program TELKOM *Corporate Social Responsibility* dilakukan melalui 7 (tujuh) Pilar, yaitu :

1. Pendidikan (*Education*);
2. Kesehatan (*Health*);
3. Kebudayaan dan Keadaban (*Culture of Civility*);
4. Kemitraan (*Partnership*);
5. Layanan Umum (*Public Service Obligation*);
6. Lingkungan (*Environment*);
7. Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam (*Disaster and Rescue*).

Yang menjadi fokus penulis adalah untuk mengetahui implementasi *corporate social responsibility* dan apakah kegiatan *corporate social responsibility*

mempengaruhi tingkat *profitabilitas* perusahaan telekomunikasi (PT. TELKOM), maka penulis menggunakan data hasil wawancara yang diperoleh dan laporan keuangan. Laporan keuangan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah laporan laba rugi dengan fokus pada total laba bersih dan neraca dengan fokus pada total asset. Laporan laba rugi adalah laporan yang menggambarkan dua macam arus yang dapat membentuk laba atau rugi. Laba dapat terjadi jika pendapatan yang dihasilkan oleh perusahaan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, sedangkan rugi dapat terjadi jika pendapatan yang dihasilkan lebih kecil daripada biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan. Sementara neraca adalah laporan keuangan yang disusun secara sistematis untuk menyajikan posisi keuangan perusahaan pada suatu saat tertentu, disebut juga laporan posisi keuangan. Laporan ini dibuat untuk menyajikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai aktiva, kewajiban, dan modal perusahaan.

#### **4.2 Gambaran Umum dan Kebijakan Akuntansi Perusahaan**

TELKOM sebagai bagian dari masyarakat memiliki komitmen yang tinggi untuk mendukung dan melaksanakan program CSR. Komitmen ini dipicu terutama oleh faktor-faktor antara lain: adanya tuntutan lingkungan global dalam penerapan CSR, perubahan persepsi manajemen terkini bahwa CSR adalah bagian dari *Good Corporate Governance* (GCG), meningkatnya ekspektasi investor global terhadap implementasi CSR, dan mengantisipasi diterapkannya ISO 26000 pada tahun 2008.

Atas dasar ini maka CSR di TELKOM dijadikan sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan, dan untuk melaksanakannya, manajemen telah mengeluarkan kebijakan yang dituangkan dalam Keputusan Direksi sebagai acuan dalam pengelolaan CSR di TELKOM. Sebagai arah dan impian bersama seluruh jajaran TELKOM, manajemen telah menetapkan visi terkait dengan CSR tegas yaitu sebagai pelopor *Implementasi Corporate Social Responsibility* di Asia dan misi sebagai berikut:

- Berperan aktif dalam mencerdaskan masyarakat melalui pendidikan teknologi *InfoComm*.
- Berperan aktif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
- Berperan aktif dalam menjaga kesinambungan lingkungan.

Bagi TELKOM ada sebuah keyakinan kuat bahwa dengan melaksanakan CSR secara efektif akan diperoleh berbagai manfaat, seperti:

- Meningkatkan daya saing,
- Menciptakan peluang bisnis baru,
- Menarik investor baru terutama yang peduli dengan praktek CSR,
- Mempertahankan mitra bisnis yang berkualitas,
- Terjalinnnya kerjasama dan hubungan yang baik dengan masyarakat lokal,
- Dapat memperkuat dukungan pemerintah terhadap bisnis perusahaan,
- Meningkatkan nama baik dan reputasi perusahaan,
- Membuat karyawan memiliki rasa bangga dan rasa nyaman menjadi insan TELKOM,
- Memudahkan untuk mendapatkan pendanaan berbiaya rendah terutama dari penyandang dana yang peduli dengan isu CSR, dan
- Menghindari krisis akibat malpraktek CSR.

Sasaran dan ruang lingkup TELKOM CSR mencakup tiga aspek pokok keberlanjutan (*sustainability*), yaitu Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan. Ekonomi dan sosial memiliki spektrum yang luas yaitu mencakup isu; pengembangan masyarakat (*community development*) termasuk pengembangan ekonomi masyarakat, pengembangan karyawan, kesejahteraan dan jaminan hari tua karyawan, kesehatan dan keselamatan kerja, hak asasi manusia, tanggungjawab produk dan jasa, bantuan pendidikan serta donasi untuk korban bencana alam. Aspek lingkungan memusatkan perhatian pada upaya TELKOM dalam menjaga lingkungan.

Untuk menjalankan misi TELKOM CSR, manajemen telah merumuskan seperangkat azas atau prinsip-prinsip yang harus digunakan secara konsisten dalam penyelenggaraan TELKOM CSR, yaitu:

- Keberpihakan kepada kepentingan masyarakat,
- Menjadi bagian strategi bisnis,
- Berkontribusi untuk meningkatkan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat dan karyawan,
- Bertindak secara etis dan beroperasi secara legal.

Penyelenggaraan kegiatan CSR tersebar di seluruh daerah operasi TELKOM. Pada tingkat pusat, kegiatan CSR berada di bawah pembinaan Wakil Direktur Utama yang dikoordinasikan oleh Head of Corporate Communication (HCC). Pada tingkat Divisi dan Unit Bisnis, program CSR menjadi tanggungjawab Executive General Manager atau Kepala Unit Bisnis. Pada tingkat Kandatel, aktivitas CSR menjadi tanggungjawab General Manager Kandatel. Sedangkan untuk anak perusahaan, program CSR menjadi tanggungjawab pimpinan perusahaan yang bersangkutan.

Tanggungjawab perusahaan di bidang Sosial diarahkan pada 7 bidang utama, yaitu: kemitraan, pendidikan kesehatan, bantuan kemanusiaan dan bencana alam, kebudayaan dan keadapan, layanan umum, dan lingkungan.

#### **a. Kemitraan**

Kemitraan adalah kegiatan yang mempererat jalinan kemitraan dengan pihak ke tiga baik di bidang produk maupun jasa lainnya yang terkait maupun yang tidak dengan bisnis inti TELKOM dan bertujuan untuk memberikan manfaat bagi semua pihak. Secara umum kebijakan strategis TELKOM dalam Program Kemitraan meliputi butir-butir berikut:

- TELKOM memiliki komitmen untuk melaksanakan pembinaan Usaha Kecil secara berkelanjutan.

- TELKOM memiliki komitmen untuk meningkatkan pelayanan secara lebih profesional dan melakukan pelatihan secara berkelanjutan bagi pengelola pengembangan masyarakat.
- TELKOM memiliki komitmen untuk melaksanakan pelatihan secara berkelanjutan untuk pembinaan Usaha Kecil, dan program pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan Usaha Kecil yang mendasar, yaitu di bidang kewirausahaan, pemasaran dan administrasi serta manajemen keuangan.
- TELKOM percaya bahwa melalui pelaksanaan program sosial yang efektif akan dapat meningkatkan daya saing perusahaan.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan Program Kemitraan, TELKOM telah mengembangkan metode pengukuran berdasarkan 10 indikator, yaitu:

1. Pertumbuhan peningkatan keuntungan,
2. Penambahan tenaga kerja ,
3. Jumlah produksi,
4. Kualitas produksi,
5. Jumlah bahan baku,
6. Penambahan modal/investasi,
7. Kenaikan omzet penjualan,
8. Pasar bertambah besar,
9. Produk yang bervariasi, dan
10. Kemampuan menabung meningkat.

**Tabel 4.1**

Jumlah Usaha Kecil dan Realisasi Penyaluran per Sektor Tahun 2001 s/d 2005 dan Tahun 2006

Bidang Usaha	Jumlah Usaha Kecil		Realisasi Penyaluran (dlm Ribuan Rupiah)	
	2001 s/d 2005	2006	2001 s/d 2005	2006
Industri	5.404	1.041	67.977.500	17.540.000
Perdagangan	11.850	2.587	113.791.625	34.557.600
Pertanian	547	99	5.465.000	1.093.000
Peternakan	1.097	204	11.566.000	2.988.000
Perkebunan	101	11	1.414.000	253.000
Perikanan	828	130	8.664.500	1.818.000
Jasa Sektor	8.725	1.894	102.022.000	30.726.200
Lainnya	6.19	65	19.564.325	4.096.500
<b>Jumlah</b>	<b>29.171</b>	<b>6.031</b>	<b>330.464.950</b>	<b>93.072.300</b>

**b. Pendidikan (*Education*)**

Pendidikan adalah kegiatan yang bertujuan meningkatkan kualitas pendidikan baik keahlian, pengetahuan dan perilaku para pemangku kepentingan (masyarakat dan keluarga besar TELKOM). Beberapa pilar program strategis di bidang pendidikan yang dilakukan oleh TELKOM yaitu:

**1. *Internet Goes to School (IG2S)***

Melalui program IG2S, TELKOM memberikan donasi dan investasi sosial, khususnya dalam bidang pendidikan dan pelatihan yang terkait dengan akses Internet. Terhitung sejak tahun 1999 sampai tahun 2006, Program IG2S telah melibatkan 70.000 sekolah (*Internet Awareness*) di seluruh Indonesia. Dengan demikian, TELKOM telah memberikan kontribusi terhadap lebih kurang 30%

dari seluruh sekolah yang ada, yang berjumlah 219.500 sekolah dan madrasah di Indonesia.

2. *e-Learning*

Melalui kerja sama MoU, TELKOM berperan dalam penyediaan infrastruktur jaringan akses Internet ke 1.035 sekolah menengah atas (SMU dan Madrasah Aliyah) di seluruh Indonesia. Di mana 1.000 sekolah akan memperoleh fasilitas akses Internet *dial-up*, dan 35 sekolah lainnya menggunakan Dedicated Internet Access-ASTINet. Untuk mendukung implementasi program *e-Learning* berikut akses Cuma-Cuma selama satu tahun, TELKOM tidak kurang mengontribusikan sebesar Rp 15 miliar hingga tiga tahun ke depan. Termasuk di dalamnya, dana pengadaan 35 *router* dan 1.000 buah modem.

3. *Smart Campus*

*Smart Campus* adalah layanan yang berupa Total Solusi Infokom Terintegrasi untuk kebutuhan komunikasi multimedia. Untuk itu TELKOM telah bekerjasama dengan sejumlah perguruan tinggi di Indonesia, seperti UGM, ITB, UI, dan beberapa universitas lainnya. Solusi yang disediakan berupa penyediaan infrastruktur, layanan dasar kampus, aplikasi dan konten, serta pengelolaan bisnis dan kastamer di lingkungan kampus. *Smart Campus* akan memungkinkan suatu kampus terhubung secara *online* dengan entitas diluar kampus, seperti kampus-kampus lainnya di dalam maupun luar negeri, juga entitas komersial (bank, industri, dll). Diharapkan, solusi *Smart Campus* akan semakin meningkatkan produktivitas, baik di kalangan mahasiswa maupun perguruan tinggi.

4. Generasi Baru Guru

Tidak hanya kepada siswa, TELKOM juga memberikan perhatian kepada guru sebagai elemen kunci dalam membangun generasi bangsa yang cerdas. Program ini ditujukan untuk membantu meningkatkan kualitas guru dalam menjalankan fungsinya melahirkan generasi bangsa yang maju. Tahap pertama dalam program ini melibatkan 500 guru, yang terbagi dalam 10 kelas. Materi pelatihan diarahkan

untuk menunjang keterampilan-keterampilan khusus yang diperlukan guru saat proses belajar mengajar serta dalam berinteraksi dengan murid-muridnya.

### **c. Kesehatan**

Kesehatan adalah kegiatan yang bertujuan meningkatkan kualitas kesehatan para pemangku kepentingan (masyarakat dan keluarga besar TELKOM). Program kesehatan yang dilakukan oleh TELKOM salah satunya adalah pembangunan Posyandu Sukabumi. Pada 19 Juni 2006, TELKOM Kantor Daerah Sukabumi menyerahkan bantuan kepada Pos Pelayanan Terpadu (Posyandu) Aster dan Posyandu Lumbung di Pelabuhan Ratu.

Di Subang, TELKOM membangun Posyandu di kecamatan Dangdeur Subang lengkap dengan sarana dan pelayanan medis. Pada 29 November 2006, Kandatel setempat memberikan bantuan santunan peningkatan gizi dan kualitas kesehatan kepada 183 orang yang berpendapatan dibawah Rp 700 ribu. Setiap penerimaan mendapatkan Rp 600 ribu.

Kegiatan lainnya dibidang kesehatan selama tahun 2006 adalah :

- Pemberian bantuan peralatan kesehatan Posyandu dan peningkatan gizi secara rutin setiap bulan di Posyandu Kecamatan Kosambi, Cirebon.
- Perbaikan/rehabilitasi kamar mandi dan kakus sekolah-sekolah yang tersebar di beberapa daerah operasi TELKOM.
- Operasi mata/katarak di beberapa wilayah operasi TELKOM.
- Membuka Klinik TELKOM Peduli Sehat di Jawa Timur.
- Pengobatan gratis bagi masyarakat tertentu selama satu tahun di Banyuwangi.
- Menyediakan pengobatan dengan biaya murah di sepuluh lokasi di Jawa Timur.
- Menyediakan pengobatan anak-anak jalanan secara gratis dan imunisasi anak-anak sekolah di Surabaya.
- Pengasapan beberapa rumah di wilayah Jabotabek untuk mencegah penyakit malaria.

- Bantuan pengadaan instalasi air bersih di Kelurahan Karanganyar Jakarta Pusat.

#### **d. Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam**

Bantuan kemanusiaan dan bencana alam adalah kegiatan untuk memberikan bantuan dalam penanggulangan bencana alam dan bencana kemanusiaan. Program bantuan kemanusiaan yang dilakukan TELKOM salah satunya yaitu pendirian rumah tinggal sementara di DIY dan Jawa Tengah. Hal ini dikarenakan pada tanggal 27 Mei 2006, gempa tektonik berkekuatan 6,3 Skala Richter mengguncang Provinsi DI Yogyakarta dan Jawa Tengah. Sebagai bentuk kepedulian terhadap bencana alam tersebut, TELKOM memberikan bantuan berupa 13 unit rumah tinggal sementara dan 2 unit mushalla untuk para korban gempa di Bantul. Melalui program TELKOM Peduli, perusahaan juga menyerahkan bantuan berupa pembangunan tiga rumah tinggal masing-masing senilai Rp 9 juta di Klaten, Jawa Tengah, serta bantuan uang Rp 25 juta untuk modal usaha bagi perajin gerbah Kasongan di Bantul. TELKOM juga memberikan pengobatan gratis, perlengkapan sekolah, uang sekolah, dan beasiswa kepada seluruh warga di dua desa yang terkena gempa di Bantul.

Sedangkan program bantuan bencana alam yang dilakukan oleh TELKOM (Divisi Regional II) antara lain pemberian bantuan dana sosial sebesar Rp 30 juta dan Rp 125 juta pada bencana banjir Sinjai dan Gorontalo tanggal 30 Juni 2006. Untuk bantuan bencana banjir di Sumatera pada 27 Desember 2006, TELKOM menyerahkan bantuan Rp 400 juta dalam bentuk natura (bahan makanan dan obat-obatan). Dan untuk bantuan bencana Lumpur Sidoarjo, TELKOM selain menyumbang dalam bentuk makanan, juga menyumbang perangkat komputer dan pesawat FlexiHOME untuk koneksi internet kepada Satkorlak Pemda Sidoarjo, dimana peralatan ini diperlukan untuk mendukung kegiatan pemantauan dan komunikasi Posko.

**e. Kebudayaan dan Keadaban**

Kebudayaan dan keadaban 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*. Kepedulian TELKOM terhadap kebudayaan dan keadaban termasuk dibidang agama antara lain dilaksanakan dengan melakukan kegiatan sebagai berikut:

- Bantuan rehabilitasi tempat ibadah, meliputi agam islam, kristen, dan hindu.
- Bantuan penyelenggaraan kegiatan perayaan hari besar keagamaan.
- Bantuan sarana tempat ibadah termasuk pesantren.

**f. Layanan Umum**

Layanan umum adalah kegiatan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat di bidang sarana dan prasarana telekomunikasi. Kegiatan layanan umum yang dilakukan oleh Telkom antara lain:

- Internet Hotspot Taman Kota Surabaya  
TELKOM juga berpartisipasi membangun taman kota pada 24 Agustus 2006. Taman kota yang berada di Surabaya tersebut selain dilengkapi dengan sarana olah raga dan bermain, juga merupakan taman yang pertama di Indonesia yang dilengkapi dengan Internet Wi-Fi. Pada 20 September 2006, TELKOM membangun Internet Hotspot di Bandara Juanda Surabaya. Hotspot Juanda beroperasi pada frekuensi 2,4 GHz dengan kemampuan transfer data maksimum 11 Mbps dan jarak jangkauan terjauh dari Access Point 100 meter.
- Multi Media Center  
Pada 20 September 2006 diresmikan penggunaan Multi Media Center yang pertama di Indonesia, yang berada di Plaza Marina Lantai 2 Blok H Surabaya.
- TELKOM peduli mudik bersama dari Jakarta  
Sebagai wujud kepedulian sosial, TELKOM telah menyelenggarakan acara mudik bersama pada 21 Oktober 2006. Kegiatan yang diperuntukkan bagi

kelompok usaha kecil dan menengah binaan TELKOM ini menggunakan 59 bus dengan kapasitas 2.537 orang dan 290 orang menggunakan pesawat terbang. Selain itu didirikan Posko Mudik oleh TELKOM Group yang menyediakan fasilitas layanan gratis telepon lokal, internet gratis, aktivitas produk Telkomsel dan Flexi Combo di sepanjang jalur mudik serta diadakan acara Buka Bersama.

- **Pelatihan Internet Kepala Desa Jawa Barat**

Pada 1 Agustus 2006 di Jawa Barat dilakukan pelatihan Internet untuk para kepala desa dan aparatnya oleh TELKOM. Pelatihan tersebut bertujuan untuk membangun kecerdasan masyarakat desa di Cianjur. Pelatihan tersebut juga diberikan oleh TELKOM kepada aparat Pemerintahan Daerah Cirebon selama 5 hari dari 29 Agustus s.d. 2 September 2006.

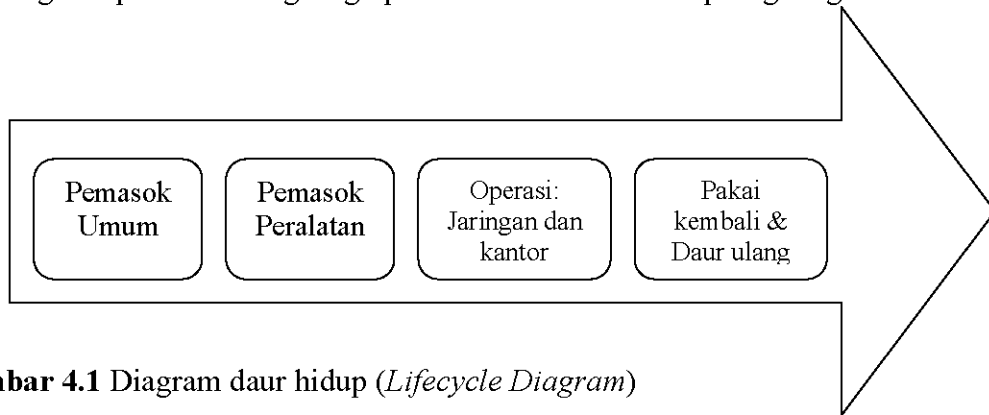
- **Penyediaan Fastel Jamnas Jatinangor, Jawa Barat**

TELKOM memberikan kontribusi kepada Pramuka dengan menyediakan berbagai fasilitas telekomunikasi pada Jambore Nasional 2006 yang berlangsung di Jatinangor, Jawa Barat, pada Juli 2006. Khusus untuk areal bumi perkemahan disediakan fasilitas signal Flexi untuk membantu kelancaran komunikasi para anggota pramuka.

#### **g. Lingkungan**

Lingkungan adalah kepedulian untuk meningkatkan kualitas lingkungan internal maupun eksternal perusahaan agar terjadi hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungannya. Program kegiatan yang dilakukan TELKOM dalam hal lingkungan yaitu "Operasi TELKOM dan Dampak Lingkungan". TELKOM meyakini bahwa pelestarian lingkungan termasuk perubahan iklim global adalah satu kepedulian utama pada saat ini. Hal itu tidak saja untuk kepentingan generasi mendatang tetapi juga untuk kepentingan usaha TELKOM sendiri.

TELKOM telah menyusun strategi jangka panjang dan berbagai rencana aksi untuk mencapai tingkat penggunaan sumber daya yang berkelanjutan di masa mendatang. Diagram daur hidup (*Lifecycle Diagram*) berikut menunjukkan kemungkinan dampak langsung maupun tidak langsung operasi TELKOM terhadap lingkungan:



**Gambar 4.1** Diagram daur hidup (*Lifecycle Diagram*)

Berbagai aspek lingkungan yang terkait dengan masing-masing komponen daur hidup telkom dapat dirinci sebagai berikut;

- Pemasok Umum
  - Bahan baku dan peralatan
  - Pemakaian energi
  - Emisi udara dan limbah
  - Dampak keanekaragaman hayati
  - Pemakaian bahan lain-lain
- Pemasok Peralatan
  - Perakitan peralatan
  - Pemakaian energi
  - Pemakaian air
  - Emisi udara dan limbah
  - Dampak alat transportasi
  - Limbah kemasan

- Operasi
  - Jaringan
    - Pemakaian energi
    - Deplesi ozon
- Perkantoran
  - Pemakaian energi
    - Pemakaian air
    - Emisi udara
    - Dampak alat transportasi
    - Limbah kertas dan lain-lain
- Alat Transportasi
  - Pemakaian BBM
    - Emisi udara
- Daur Ulang
  - Pakai kembali dan Daur ulang
    - Peralatan jaringan; pakai ulang
    - Pemakaian bahan baku untuk kemasan ulang
    - Daur ulang kertas

Sebagai konsekuensi pertumbuhan bisnis, pemakaian energi di TELKOM tentu akan meningkat. Ini adalah salah satu dampak operasi TELKOM terhadap lingkungan. Oleh sebab itu manajemen menyadari bahwa peran TELKOM dalam meningkatkan efisiensi pemakaian energi harus mendapatkan prioritas tinggi. Berikut ini dijelaskan beberapa prakarsa yang sudah dan akan dijalankan oleh TELKOM sebagai bentuk komitmen manajemen untuk meningkatkan kualitas lingkungan:

- Prakarsa yang sudah dijalankan
  1. Program Balikpapan Berubah. Gerakan penghijauan dengan melakukan penanaman pohon buah-buahan, antara lain: pohon mangga, jambu air,

langsut, durian, rambutan, manggis, dan sawo. Program ini dilaksanakan di Balikpapan pada tahun 2006.

2. Program pengadaan air bersih untuk masyarakat di Pulau Sunti dan Pulau Rempang, Riau Kepulauan.
  3. Perbaikan Sarana & Penanggulangan Sampah Bandung pada tahun 2006 TELKOM menyalurkan bantuan untuk perbaikan dan peningkatan berbagai sarana penanggulangan sampah di Bandung.
  4. Renovasi Tanaman Bungkul Surabaya pada tahun 2006, TELKOM berpartisipasi dalam renovasi Tanaman Bungkul Di Jalan Raya Darmo, Surabaya.
- Prakarsa yang akan dijalankan
    1. Aspek Material. Tersedianya kebijakan dan aturan perusahaan untuk meningkatkan penggunaan bahan daur ulang, mulai tahun 2008 mendorong pemasok untuk meningkatkan penggunaan bahan daur ulang, melalui kebijakan pengadaan barang yang mengutamakan barang dengan bahan daur ulang, mulai tahun 2008.
    2. Aspek Energi. Tersedianya kebijakan dan aturan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi (penghematan) konsumsi energi, baik konsumsi energi langsung maupun tidak langsung, dimulai tahun 2008.
    3. Aspek Air. Tersedianya kebijakan dan aturan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi konsumsi air di kantor mulai tahun 2008.
    4. Aspek Keanekaragaman-hayati. Tersedianya kebijakan dan aturan perusahaan untuk melindungi dan meningkatkan nilai keanekaragaman hayati khususnya di daerah yang dilindungi atau daerah yang berdekatan, misalnya yang terkait dengan lokasi dibangunnya stasiun pemancar (*net work base station*) pada tahun 2008.
    5. Aspek Emisi, Efluen Dan Limbah. Tersedianya kebijakan dan aturan perusahaan untuk mengurangi emisi, efluen dan limbah, pada tahun 2008.

mendorong pemasok dan kontraktor untuk mengurangi emisi gas rumah kaca melalui kebijakan dan peraturan pengadaan barang dan jasa pada tahun 2008. Dirancangnya strategi dan rencana aksi di masa mendatang untuk mengurangi emisi gas rumah kaca.

6. Aspek Produk dan Jasa. Tersedianya kebijakan dan peraturan perusahaan untuk menekan (mitigasi) dampak lingkungan dari produk dan jasa yang dihasilkan, mulai tahun 2008- Mendorong pemasok dan kontraktor memiliki kebijakan dan peraturan untuk menekan dampak lingkungan dari produk dan jasa yang dihasilkan melalui kebijakan dan peraturan pengadaan barang dan jasa, mulai tahun 2008- Dirancangnya strategi dan rencana aksi di masa mendatang untuk mengurangi dampak lingkungan dari produk dan jasa yang dihasilkan.
7. Aspek Ketaatan. Tersedianya kebijakan dan peraturan perusahaan untuk mencegah dikenakannya denda atau sanksi akibat tidak mentaati ketentuan lingkungan, mulai tahun 2008- Mendorong pemasok dan kontraktor memiliki kebijakan dan peraturan untuk mencegah dikenakannya denda akibat tidak mentaati ketentuan lingkungan, melalui kebijakan dan peraturan pengadaan barang dan jasa, mulai tahun 2008.

**Tabel 4.2**

Realisasi Penyaluran Dana Bantuan Program BL Tahun 2006 (Dalam Milliar Rupiah)

Kegiatan	2006
Bencana alam	3.192
Pendidikan dan pelatihan	11.509
Peningkatan kesehatan masyarakat	4.133
Pengembangan sarana dan prasarana umum	4.870
Bantuan sarana ibadah	2.443
Jumlah	26.085

#### 4.2.1 Visi, Misi dan Sasaran Telkom

➤ *Visi/Vission*

“Menjadi perusahaan *InfoComm* terkemuka di kawasan regional.”

➤ *Misi/Mission*

“Memberikan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif”. Telkom akan mengelola bisnis melalui praktik-praktik terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis.

➤ *Sasaran/Objectives*

TELKOM telah menetapkan tiga sasaran strategis yaitu :

- i. Upaya untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan dan margin laba yang berkelanjutan,
- ii. Upaya untuk meningkatkan nilai tambah (*value creation*) bagi segenap stakeholder, dan
- iii. Upaya untuk mencapai kualitas unggul (*quality excellence*) dari segi produk dan layanan.

#### 4.2.2 Lima Pilar Bisnis Telkom

1. Fixed Phone (TELKOM Phone); Personal Line, Corporate Line, dan Wartel & Telum.
2. Mobile Phone (TELKOMSEL); Prepaid Services (simPATI), dan Postpaid Services (Halo).
3. Network & Interconnection (TELKOM Intercarier); Interconnection Services, dan Network Leased Services.
4. Data & Internet; Leased Channel Service (TELKOM Link), Internet Service (TELKOM Net), VoIP Service (TELKOM Save & Global 017), dan SMS Service (from TELKOMSEL, TELKOMFlexi, &TELKOM SMS),.

5. Fixed Wireless Access (TELKOM Flexi); Prepaid Services (Flexi Trendy) dan Postpaid Services (Flexi Classy).

#### **4.2.3 Kelompok Bisnis Telkom**

- Fixed-Phone

1. PT Ariwest International (AWI)

Ariwest merupakan mitra Kerja Sama Operasi (KSO) di Regional III yang menyediakan layanan telekomunikasi untuk wilayah Jawa Barat dan Banten.

2. PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo)

Pramindo merupakan mitra Kerja Sama Operasi (KSO) di Regional I yang menyediakan layanan telekomunikasi untuk wilayah Sumatra.

3. PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra)

Dayamitra merupakan Kerja Sama Operasi (KSO) di Regional IV yang menyediakan layanan telekomunikasi untuk wilayah Kalimantan.

- Seluler/Cellular

PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel)

Telkomsel merupakan penyedia layanan telekomunikasi selular yang menggunakan teknologi GSM.

- Aplikasi, Content dan Datacom

1. PT Infomedia Nusantara (Infomedia) : Layanan Informasi (bisnis berbasis elektronik, call center dan segmen data).

2. PT Multimedia Nusantara (Metra) : Multimedia.TV Cable.

3. PT Indonusa Telemedia (Indonusa) : M Multimedia Interaktif, TV Cable.

4. PT Napsindo Primatel International (Napsindo) : Telekomunikasi (Network Access Point).

- Property dan Konstruksi

PT Graha Sarana Duta (GSD) : Property, konstruksi dan jasa.

- TELKOM

1. Fixed-Wireline

2. Fixed-Wireless
3. Seluler
4. Data and Internet
5. Network and Interconnection

#### 4.2.4 Unit Bisnis Telkom

Unit-unit bisnis TELKOM terdiri dari Divisi Centre, Yayasan dan Anak perusahaan.

➤ Divisi Centre

- |   |   |
|---|---|
| 1. Long Distance Division                             | 12. Regional VII – Eastern Indonesia Division |
| 2. Carrier & Interconnection Service Division         | 13. Maintenance Service Center                |
| 3. Multimedia Division                                | 14. Training Center                           |
| 4. Fixed Wireless Network Division                    | 15. Carrier Development Support Center        |
| 5. Enterprise Service Division                        | 16. Management Consulting Center              |
| 6. Regional I – Sumatra Division                      | 17. Construction Center                       |
| 7. Regional II – Jakarta Division                     | 18. Information System Center                 |
| 8. Regional III – West Java Division and Banten       | 19. R&D Center                                |
| 9. Regional IV – Central Java dan Yogyakarta Division | 20. Community Development Center              |
| 10. Regional V – East Java Division                   | 21. Finance Center                            |
| 11. Regional VI – Kalimantan Division                 | 22. Human Resource Center                     |

- Yayasan-Yayasan/*Foundations*
  1. Dana Pensiun (Dapentel)
  2. Yayasan Pendidikan TELKOM
  3. Yayasan Kesehatan

#### **4.2.5 Kepemilikan Telkom**

- Kepemilikan/*Ownership of more than >50%*
  1. PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel)
  2. PT Dayamitra Telekomunikasi (Dayamitra)
  3. PT Infomedia Nusantara (Infomedia)
  4. PT AriaWest International (AriaWest)
  5. PT Pramindo Ikat Nusantara (Pramindo)
  6. PT Multimedia Nusantara (Metra)
  7. PT Napsindo Primatel International (Napsindo)
  8. PT Indonusa Telemedia (Indonusa)
  9. PT Graham Sarana Duta (GSD)
- Kepemilikan/*Ownership of 20%-50%*
  1. PT Patra Telekomunikasi Indonesia (Patrakom)
  2. PT Citra Sari Makmur (CSM)
  3. PT Pasifik Satelit Nusantara (PSN)
- Kepemilikan/*Ownership of less than <20%*
  1. PT Mandra Selular Indonesia (MSI)
  2. PT Batam Bintang Telekomunikasi (Babintel)
  3. PT Pembangunan Telekomunikasi Indonesia (Bangtelindo)

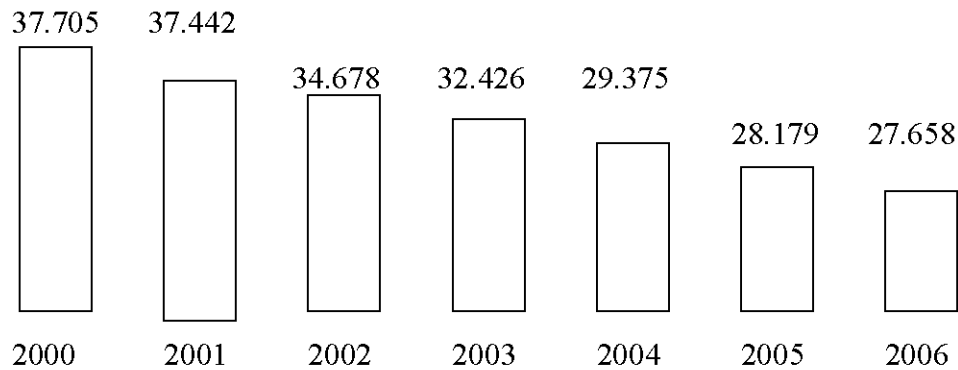
#### **4.2.6 Mitra Strategis Telkom**

- |  |                                    |
|--|------------------------------------|
| 1. PT. Siemens Indonesia                 | 4. PT. Compact Microwave Indonesia |
| 2. PT. NEC Indonesia                     | 5. PT. Alcatel Indonesia           |
| 3. PT. Industri Telekomunikasi Indonesia | 6. Tomen Corporation               |

7. Llyod's Register Assurance Limited
8. SingTel
9. JICA (Japan International Cooperation Agency)
10. CISCO
11. KPN Netherlands
12. Mercer Cullen Egan Dell
13. AEOP (Australian Expert Overseas Program)
14. PT. ERICSSON INDONESIA
15. KONSORSIUM SIEMENS
16. PT. KRAKATAU INDUSTRIAL ESTATE
17. KYOWA EXEO CORP
18. PT. MCPHEE ANDREWARTHE CED LTD
19. PT. MOTOROLA INDONESIA
20. NAMYANG TELECOM CO., LTD
21. NANTERE FRANCE
22. PT. NEC CORPORATION
23. NIPPON TELECOMM CONS Co LTD
24. PDC – PHILIPS DEVELOPMENT CORP
25. TELECOM NEW ZEALAND LTD
26. TELECON LTD
27. PHILIPS AUSTRALIA LTD
28. FRANCE TELEKOM
29. FUJITSU
30. FURUKAWA ELECT
31. HITACHI KABEL Ltd
32. HYUNDAI
33. SAMSUNG Electronics
34. SINGAPORE TELECOMM
35. SPARCOMM (COMSTREAM)
36. TRT-TEL RADIO-ELECTRIQUEST
37. UNIPHONE USHASAMA SDN BHD

#### 4.2.7 Sumber Daya Manusia

Jumlah pegawai TELKOM per 31 Desember 2006 tercatat sebanyak 27.658 orang atau mengalami penurunan sebesar 26,6% dibandingkan dengan tahun 2000. Penurunan tersebut tidak terlepas dari keberhasilan perseroan dalam menjalankan program *multiexit*, terutama program pension dini, selama periode tahun 2003-2005.



**Gambar 4.2** Pertumbuhan pegawai Telkom tahun 2000-2006.

**Tabel 4.3** Komposisi karyawan berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	2005	2006
SD – SMA	14.028	13.685
D1 – D3	8.814	8.674
S1 – S3	5.337	5.299
Jumlah	28.179	27.658

**Tabel 4.4** Komposisi karyawan berdasarkan tingkat usia

Tingkat Usia	2006
< 30 th	719 (2,60%)
30 th – 40 th	4.923 (17,80%)
> 40 th	22.016 (79,60%)
Jumlah	27.658 (100%)

#### 4.2.8 Etika Bisnis TELKOM

TELKOM meyakini bahwa prinsip bisnis yang baik adalah “*bisnis yang beretika*”, yaitu bisnis yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah umum dan yang sejalan dengan ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku. Dengan bisnis yang beretika, pada gilirannya akan menghasilkan kinerja unggul dan berkesinambungan. Menyadari akan hal ini, maka TELKOM telah mengembangkan standar Aturan Etika Bisni, meliputi etika Kerja dan Etika Usaha yang diberlakukan untuk seluruh karyawan termasuk manajemen.

Setiap karyawan TELKOM wajib menjaga dan memiliki nilai-nilai kerja yang merupakan perwujudan dari kredo “*Committed 2 U*”, yaitu :

- Kejujuran; Memiliki kejujuran berupa integritas, ketulusan, dapat dipercaya dan satu kata dengan perbuatan, disamping itu bersikap dan berperilaku baik sehingga dapat menjadi teladan bagi bawahannya.
- Transparan; Menyatakan apa adanya, *no hidden agenda*. Menyampaikan hal-hal yang perlu diketahui oleh orang lain di lingkungan perusahaan sesuai dengan kepentingan dan kewenangannya.
- Komitmen; Memiliki kesatuan tekad dan tujuan, loyal kepada perusahaan, konsisten pada keputusan, dedikasi kepada *stakeholder*. Bekerja dengan dedikasi tinggi yang dilandasi dengan kesamaan pandang dan tujuan dengan perusahaan.
- Kerja sama; *Open-minded*, menerima perbedaan dan kritik, *positif thinking*, tidak sektoral, tidak menyalahkan orang lain. Membangun sinergi dan terbentuknya tim kinerja yang solid dengan menghilangkan sekat-sekat vertical, horizontal dan hubungan antar unit.
- Disiplin; Patuh pada peraturan & system. Bekerja dengan mengikuti sistim peraturan dan perundangan yang berlaku serta hasil pencapaian performansi tidak dilakukan melalui cara-cara jalan pintas (“*short cut*”) demi terciptanya “*good governance*”.

- Peduli; *Customer centric, respect for others, empathy*. Berupaya memahami dan menghargai kebutuhan pemangku kepentingan serta menaruh perhatian yang tulus terhadap permasalahan yang dihadapi dan mengupayakan solusinya.
- Tanggungjawab; Kepatutan/"proper", *excellent result, continous improvement*. Bertanggungjawab dalam memberikan hal terbaik bagi pemangku kepentingan dengan menjadikan kualitas atau mutu sebagai tujuan, dengan cara memenuhi standar-standar proses dan mutu yang telah disepakati dan ditetapkan, tidak pernah puas dengan hasil yang dicapai dan selalu berupaya melakukan perbaikan serta meningkatkan hasil.

#### **4.2.9 Struktur Organisasi TELKOM**

1. Direktorat *Network & Solution*, dengan fokus sebagai unit pengelola infrastruktur dan servis. Direktorat tersebut mengendalikan Divisi Infrastruktur, Divisi Multimedia, R&D Center dan *Maintenance Service Center*.
2. Direktorat Konsumer, dengan fokus sebagai unit pengelola fungsi *delivery channel* untuk segmen *retail*. Direktorat tersebut mengendalikan divisi regional (7 regional).
3. Direktorat *Enterprise & Wholesale*, dengan fokus sebagai unit pengelola fungsi *delivery channel* untuk segmen *enterprise & wholesale*. Direktorat tersebut mengendalikan Divisi *Enterprise Service* dan Divisi *Carrier & Interconnection Service*.
4. Direktorat Keuangan, dengan fokus pengelolaan keuangan Perusahaan, dan untuk penyelenggaraan operasi fungsi keuangan terpusat diperankan oleh unit *Finance Center*.
5. Direktorat *Human Capital & General Affair*, dengan fokus pengelolaan SDM Perusahaan, dan untuk penyelenggaraan operasi fungsi SDM terpusat diperankan oleh unit *Human Resources Center*.

6. Direktorat IT/CIO, dengan fokus pengelolaan pendayagunaan IT Perusahaan serta pengelolaan fungsi *supply management*. Direktorat tersebut mengendalikan unit-unit *Information System Center* dan *Construction Center*.
7. Direktorat *Compliance & Risk Management*, dengan fokus pengelolaan *compliance, legal* dan *risk management*.
8. Selain direktorat, pada fungsi *corporate office* terdapat unit setingkat direktorat yaitu: Unit *Strategic Investment* dan *Corporate Planning*, yang fokus pada fungsi *corporate planning* dan *strategic business planning*, dan unit-unit *corporate support* yaitu *Corporate Communication, Corporate Affair* dan *Internal Audit*.

### **4.3 Pembahasan**

#### **4.3.1 Hasil Survey Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan**

##### **4.3.1.1 Survey Program Kemitraan TELKOM CDC Tahun 2006**

Survey Opini Mitra Binaan ini ditujukan untuk mengetahui persepsi Mitra Binaan terhadap pelaksanaan Program Kemitraan yang dilaksanakan oleh CDC melalui Divisi Regional. Survey ini dilaksanakan kepada responden sebanyak 1.409 mitra yang tersebar diseluruh Indonesia dan dilaksanakan pada bulan November 2006. Interpretasi hasil survey dilakukan dengan statistik melalui pengambilan sample sebesar  $\pm 10\%$  dari jumlah Mitra Binaan yang terdaftar sejak 2004 dan didistribusikan secara Purposive Random Sampling. Hal-hal yang mendapat penekanan pada survey opini mitra binaan 2006 adalah berdasarkan hasil analisa:

1. *Satisfaction level* yang diukur dengan metode top two of boxes bahwa tingkat kepuasan mitra binaan tahun 2006 tingkat kepuasan adalah 84,3%.
2. DIVRE-2 mencapai tingkat kepuasan tertinggi diatas rata-rata dengan angka pencapaian sebesar 96,4%. Tingkat kepuasan terendah ada di DIVRE-3 dengan angka pencapaian sebesar 76,7%.
3. *Dissatisfaction Level* secara Nasional mencapai angka pencapaian 1,0%. Hal-hal yang perlu mendapat perhatian adalah :

- Tampilan fisik atau unsur *tangible* (tampilan fisik) dalam melayani mitra binaan, dimana secara nasional 1,5% mitra binaan merasa kurang/tidak puas terhadap faktor ini. Faktor ini merupakan dissatisfaction level yang tertinggi.
  - Faktor realibilitas atau kemampuan memberikan layanan secara yang dijanjikan secara akurat, menjadi *dissatisfaction* berikutnya bagi mitra binaan yaitu sebesar 1,2%.
4. Pada dimensi pertumbuhan sebanyak 84,3% responden menjawab setuju dan atau sangat setuju bahwa usahanya bertumbuh setelah menjadi mitra binaan TELKOM. Dimensi pertumbuhan antara lain yaitu :
    - Sebanyak 90,1% mitra binaan menyatakan keuntungan usahanya meningkat,
    - Dan 87,3% yang menyatakan kualitas produknya meningkat.
  5. Sedangkan dimensi ketidakberhasilan pertumbuhan rata-rata Nasional berada di level 2%. Ketidakberhasilan pertumbuhan tersebut adalah:
    - Sebanyak 7,1% menyatakan tenaga kerjanya tidak bertambah, hal tersebut dapat diinterpretasikan bahwa kontribusi Program Kemitraan terhadap penurunan jumlah pengangguran masih perlu ditingkatkan.
    - Dan 2,6% merasakan produk mereka belum banyak variasinya
  6. Jenis pembinaan rata-rata Nasional membutuhkan Pelatihan sebesar 33% terutama dari sektor perdagangan dan jasa. Promosi menjadi jenis pembinaan berikutnya, yaitu mencapai 21,2%. Kedua jenis pembinaan tersebut diharapkan oleh sektor perdagangan dan jasa.
  7. Jenis pelatihan yang diharapkan Mitra Binaan adalah Kewirausahaan 30,5% dan Pemasaran 25,1%. Kedua pelatihan tersebut diharapkan oleh sektor perdagangan dan jasa.
  8. Hasil eksplorasi melalui pertanyaan terbuka mengenai harapan mitra binaan terhadap Program Kemitraan PT TELKOM, adalah:

- Mitra binaan mengharapkan menjadi mitra binaan yang berkelanjutan,
- Pinjaman supaya diberikan sesuai dengan permohonan.

#### **4.3.1.2 Survey Program Bina Lingkungan TELKOM CDC Tahun 2006**

TELKOM Community Development Center (TCDC) dibentuk berdasarkan KD. Nomor 61/PSI50/CTG-10/2003, tanggal 9 September 2003, untuk menjalankan program *Good Corporate Citizenship* melalui program Kemitraan dan Bina Lingkungan. Program Bina Lingkungan ditujukan bagi masyarakat di sekitar perusahaan dengan harapan terbentuknya citra perusahaan yang baik, sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik serta dapat kontribusi positif bagi perkembangan bisnis Telkom. Untuk dapat mengetahui sejauh mana Program Bina Lingkungan yang dijalankan tersebut bermanfaat bagi lingkungan sekitar perusahaan dan pengaruhnya terhadap peningkatan citra TELKOM maka perlu dilakukan survey dampak Program Bina Lingkungan terhadap baik penerima maupun masyarakat sekitar penerima bantuan.

KEP.MEN BUMN No. KEP-236/MBU/2003 :

- Program kemitraan adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.
- Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN di wilayah usaha BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.
- Besarnya dana program kemitraan dan Bina Lingkungan ini adalah berasal dari penyisihan laba setelah pajak sebesar 1% sampai dengan 3% yang ditetapkan oleh (a) RUPS untuk PERSERO, dan (b) Menteri untuk PERUM.

KD. 51 tahun 2003 :

- Pelaksanaan PKBL di lingkungan TELKOM adalah dalam rangka implementasi strategi *good corporate citizenship*.

- Alokasi terhadap asnaf:
  - a. Bantuan bencana alam: 20%
  - b. Bantuan pendidikan dan atau pelatihan: 50%
  - c. Bantuan peningkatan kesehatan: 20%
  - d. Bantuan pengembangan sarana dan prasarana umum: 5%
  - e. Bantuan sarana ibadah: 5%

KD 61 tahun 2003:

- TELKOM CDC adalah organisasi pusat pengelola PKBL di lingkungan PT TELKOM, yang secara struktural berada dibawah Direktur SDM dan Bisnis Pendukung dan bersifat *cost center*.
- KD 61 juga memberikan suatu keluwesan untuk penyaluran hibah dalam Program Kemitraan dan bantuan Program BL, yaitu bahwa penyaluran dana Hibah Program Kemitraan dan dana Program BL dapat dilakukan berdasarkan proposal (calon) penerima yang disetujui, maupun inisiatif dari Divisi Regional (unit pengelola PKBL di masing-masing DIVRE), dan/atau TELKOM CDC yang disetujui.

KD.41/PROOO/SDM-20/2006:

- KD ini merupakan perkembangan terbaru dari PT TELKOM yang ingin menjadi Pelopor Implementasi *Corporate Social Responsibility* di Asia.
- TELKOM *corporate social responsibility* (TCSR) memiliki azas-azas: (a) Keberpihakan kepada kepentingan masyarakat, (b) Menjadi bagian strategi bisnis perusahaan, (c) Berkontribusi untuk peningkatan ekonomi dan kualitas hidup masyarakat dan karyawan, dan (d) bertindak secara etis dan beroperasi secara illegal.
- KD ini juga menyebutkan adanya 7 pilar program TCSR: Pendidikan, Kesehatan, Kebudayaan dan Keadaban, Kemitraan, Layanan Umum, Lingkungan, Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam.

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh Telkom CDC dalam program Bina Lingkungan, maka diperoleh hasil :

1. Pengetahuan masyarakat terhadap program Bina Lingkungan TELKOM

- Pengetahuan masyarakat terhadap Program Bina Lingkungan TELKOM masih kurang. Masyarakat lebih mengenal dengan istilah bantuan sosial TELKOM saja.
- Persepsi masyarakat terhadap pemberian bantuan bina lingkungan adalah sebagai kewajiban sosial TELKOM kepada masyarakat.
- Sumber informasi utama yang diperoleh penerima dan masyarakat sekitar berasal dari karyawan TELKOM. Sumber lain yang berpengaruh antara lain: informasi dari teman, PEMDA & instansi terkait serta media.
- Penerima mengasumsikan bahwa jika terdapat bantuan yang tidak sesuai dengan permohonan atau tidak dapat dipenuhi lebih disebabkan adanya keterbatasan dana yang tersedia. Sedangkan menurut masyarakat jika ada proposal bantuan yang tidak dapat dipenuhi karena peruntukan yang kurang jelas.

2. Manfaat Program Bina Lingkungan TELKOM bagi masyarakat

- Penerima dana Bantuan Bina Lingkungan (BBL) lebih menyukai bantuan berbentuk uang daripada barang. Sedangkan penerima bantuan didominasi oleh mereka yang baru pertama kali menerima.
- Program Bina Lingkungan TELKOM 2005 dinilai cukup berhasil dalam mewujudkan tujuan Program Bina Lingkungan secara makro sesuai dengan Keputusan Menteri BUMN No. KEP-236/MBU/2003, yang bertujuan untuk menciptakan pemberdayaan kondisi sosial masyarakat di wilayah usaha BUMN, hal ini mengindikasikan bahwa Program Bina Lingkungan sangat bermanfaat bagi masyarakat di sekitar wilayah operasi TELKOM.

### 3. Citra TELKOM terkait Program Bina Lingkungan

- Program Bina Lingkungan TELKOM tahun 2005, khususnya di DIVRE 3 dan 4 berhasil menanamkan image TELKOM peduli terhadap Pendidikan dan Pelatihan. Hal ini didukung dari ranking asnaf Pendidikan dan Pelatihan yang selalu menempati ranking pertama baik dari DIVRE 3 maupun DIVRE 4.
- Asosiasi (pencitraan) yang selalu muncul tentang PT TELKOM adalah:
  - a. TELKOM sangat peduli kepada masyarakat.
  - b. TELKOM perusahaan yang baik.
  - c. TELKOM mengerti kebutuhan masyarakat.
  - d. TELKOM perusahaan kebanggaan masyarakat Indonesia.

### 4. Penyelenggaraan Program Bina Lingkungan TELKOM

- Meskipun banyak masyarakat di sekitar penerima BBL yang tidak mengetahui Program Bina Lingkungan, tetapi hasil survey membuktikan bahwa adanya impact positif dari masyarakat terhadap TELKOM yang diwujudkan dengan pemeliharaan dan penjagaan aset-aset TELKOM di wilayah tempat tinggalnya.
- Masalah-masalah yang timbul dari Program Bina Lingkungan TELKOM 2005, dari hasil survey adalah:
  - a. Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang Program Bina Lingkungan.
  - b. Respon positif pemeliharaan dan penjagaan aset-aset TELKOM terdapat pada penerima bantuan asnaf prasarana & sarana umum dan sarana ibadah.
  - c. Asnaf pendidikan & pelatihan menduduki tempat teratas dalam persepsi dari masyarakat (penerima dan masyarakat sekitar).

- d. Beberapa atribut pelaksanaan yang harus ditingkatkan adalah: Jumlah dan frekuensi yang lebih besar, Kecepatan Pelayanan, Keramahan Pelayanan, dan Kecukupan Informasi.

#### **4.3.2 Laporan Keuangan dan Perhitungan *Return on Assets* (ROA)**

Untuk dapat melihat baik buruknya kinerja suatu perusahaan dapat dilihat salah satunya dengan menggunakan laporan keuangan, karena laporan keuangan merupakan suatu alat komunikasi artinya laporan keuangan itu digunakan untuk mengkomunikasikan informasi keuangan dari suatu perusahaan dan kegiatan-kegiatannya kepada mereka yang berkepentingan dengan perusahaan tersebut. Laporan keuangan dapat menjadi sumber informasi bagi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk rancangan kegiatan perusahaan pada periode selanjutnya agar kinerja perusahaan terus membaik dari periode ke periode. Selain itu laporan keuangan juga merupakan sumber informasi bagi investor, publik, dan pihak-pihak lainnya yang berkepentingan dengan perusahaan dan yang membutuhkan informasi tentang perusahaan tersebut.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk menyusun laporan keuangan baik laporan keuangan interim maupun laporan keuangan akhir tahun yang telah di audit oleh akuntan publik. Karena PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk mempunyai anak perusahaan, maka PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk menyusun laporan keuangan konsolidasinya. Laporan keuangan ini terdiri dari:

1. Neraca

Neraca PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk disusun dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai posisi keuangan perusahaan secara keseluruhan selama tahun 1997 samapai dengan tahun 2006. Laporan keuangan ini menyajikan total aktiva baik aktiva lancar maupun aktiva tidak lancar, dan total kewajiban baik kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang. Dalam hal ini penulis menggunakan total aktiva sebagai salah satu alat untuk

mengukur *return on investment* (ROA). Sebagai contoh neraca PT. TELKOM setelah penerapan CSR yaitu :

**Tabel 4.5**

**PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk. DAN ANAK PERUSAHAAN**

**Neraca Konsolidasi**

31 Desember 2002,2003,2004,2005,2006

(Dalam Milliar Rupiah)

<b>Keterangan</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>AKTIVA</b>					
<b>Aktiva Lancar</b>					
Kas dan setara kas	5.699	5.094	4.856	5.375	8.316
Penyertaan sementara	573	4	20	22	85
Piutang usaha – bersih	2.807	2.833	3.319	3.578	3.717
Piutang lain-lain – bersih	198	170	56	153	148
Persediaan – bersih	140	154	203	220	213
Aktiva lancar lainnya	1.130	687	750	957	1.442
<b>Jumlah Aktiva Lancar</b>	<b>10.547</b>	<b>8.942</b>	<b>9.204</b>	<b>10.305</b>	<b>13.921</b>
<b>Aktiva Tidak Lancar</b>					
<b>Penyertaan jangka panjang – bersih</b>					
	183	65	83	101	89
Aktiva tetap – bersih	28.862	35.080	40.071	46.193	55.233
<b>Aktiva tidak lancar lainnya</b>	<b>4.751</b>	<b>6.196</b>	<b>6.821</b>	<b>5.572</b>	<b>5.893</b>
<b>Jumlah Aktiva Tidak Lancar</b>	<b>33.760</b>	<b>41.341</b>	<b>46.975</b>	<b>51.866</b>	<b>61.215</b>
<b>Jumlah Aktiva</b>	<b>44.307</b>	<b>50.283</b>	<b>56.179</b>	<b>62.171</b>	<b>75.136</b>
<b>KEWAJIBAN DAN EKUITAS</b>					
<b>Kewajiban Jangka Pendek</b>					
Hutang usaha	3.063	3.767	4.255	5.295	6.918
Hutang pajak	1.110	1.513	1.592	2.470	2.569

Beban yang masih harus					
dibayar	1.950	1.185	1.051	1.521	3.477
Hutang lancar lainnya	956	1.223	1.376	1.826	2.209
Hutang jangka panjang yang					
jatuh tempo dalam satu					
tahun dan hutang bank					
jangka pendek	2.629	3.482	3.403	2.401	5.363
<b>Jumlah Kewajiban Jangka</b>					
Pendek	<b>9.708</b>	<b>11.170</b>	<b>11.677</b>	<b>13.513</b>	<b>20.536</b>
<b>Kewajiban Jangka Panjang</b>					
Kewajiban pajak tangguhan					
– bersih	3.083	3.547	2.928	2.392	2.665
Kewajiban imbalan kerja	2.092	2.568	4.913	4.903	4.613
Hutang jangka panjang setelah					
dikurangi bagian yang					
jatuh tempo dalam satu tahun :					
Pinjaman penerusan – pihak yang					
mempunyai hubungan istimewa	7.734	6.859	5.363	4.760	4.007
Wesel bayar dan hutang obligasi	2.314	2.102	2.331	1.457	-
Hutang bank	85	2.116	1.776	1.752	2.488
Hutang akuisisi bisnis	1.619	747	3.743	3.128	3.537
Nilai perolehan penggabungan					
usaha yang ditangguhkan	-	-	-	236	217
Kewajiban tidak lancar lainnya	462	153	382	433	817
<b>Jumlah Kewajiban Jangka</b>					
<b>Panjang</b>	<b>17.389</b>	<b>18.092</b>	<b>21.436</b>	<b>19.061</b>	<b>18.344</b>
Hak Minoritas	2.596	3.708	4.938	6.305	8.187
Ekuitas	14.614	17.313	18.128	23.292	28.069
<b>Jumlah Kewajiban Dan</b>					
<b>Ekuitas</b>	<b>44.307</b>	<b>50.283</b>	<b>56.179</b>	<b>62.171</b>	<b>75.136</b>

Sumber: Laporan Keuangan PT TELKOM

## 2. Laporan laba rugi

Laporan laba rugi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk disusun dalam bentuk *multiple step*, yaitu mengelompokkan setiap jenis pendapatan dan biaya berdasarkan prosedur yang digunakan secara umum dan *current operating performance*, yaitu suatu pendekatan dimana hasil operasi dicantumkan secara lazim, biasa dan teratur pada suatu periode tertentu. Pengoreksian dilakukan untuk keadaan keuangan masa lalu, sebagai penyesuaian atas saldo awal yang belum terbagikan.

Laporan laba rugi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk setelah penerapan *Corporate Social Responsibilities* yaitu:

**Tabel 4.6**

### PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk. DAN ANAK PERUSAHAAN

#### Laporan Laba-Rugi Konsolidasian

31 Desember 2002,2003,2004,2005,2006

(Dalam Milliar Rupiah)

<b>Keterangan</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
<b>PENDAPATAN USAHA</b>					
Telepon Tidak Bergerak	7.264	8.897	10.645	10.781	10.979
Selular	6.227	8.459	10.421	14.571	20.623
Interkoneksi – Bersih	2.831	4.162	6.188	7.742	8.682
Kerja Sama Operasi	2.128	1.486	657	589	489
Data dan Internet	1.552	3.109	4.809	6.934	9.065
Jaringan	316	518	654	587	719
Pola Bagi Hasil	264	258	281	302	415
Jasa Telekomunikasi Lainnya	221	227	293	301	322
<b>Jumlah Pendapatan Usaha</b>	<b>20.803</b>	<b>27.116</b>	<b>33.948</b>	<b>41.807</b>	<b>51.294</b>
<b>BEBAN USAHA</b>					
Karyawan	4.388	4.440	4.910	6.563	8.514
Penyusutan	3.474	4.779	6.438	7.571	9.178

Operasi pemeliharaan dan jasa telekomunikasi	2.290	3.339	4.530	5.916	7.496
Umum dan Administrasi	1.146	2.079	2.600	2.764	3.271
Pemasaran	375	503	882	1.126	1.242
Penurunan Nilai Aktiva	-	-	-	617	-
Kerugian dari Komitmen					
Pembelian	-	-	-	79	-
<b>Jumlah Beban Usaha</b>	<b>11.673</b>	<b>15.140</b>	<b>19.360</b>	<b>24.636</b>	<b>29.701</b>
<b>LABA USAHA</b>	<b>9.130</b>	<b>11.976</b>	<b>14.588</b>	<b>17.171</b>	<b>21.593</b>
PENGHASILAN (BEBAN) LAIN-LAIN					
Laba Penjualan Investasi Jangka Panjang Pada Telkomsel					
	3.196	-	-	-	-
Pendapatan Bunga	480	366	318	345	655
Beban Bunga	(1.583)	(1.383)	(1.270)	(1.177)	(1.286)
Keuntungan (Kerugian)					
Selisih Kurs – Bersih	557	126	(1.221)	(517)	836
Bagian Laba (Rugi) Bersih					
Perusahaan Asosiasi	5	3	3	11	(7)
Lain-Lain – Bersih	(36)	364	331	409	202
<b>Penghasilan (Beban) Lain-Lain</b>					
<b>– bersih</b>	<b>2.619</b>	<b>(524)</b>	<b>(1.839)</b>	<b>(929)</b>	<b>400</b>
<b>LABA SEBELUM PAJAK</b>	<b>11.749</b>	<b>11.452</b>	<b>12.749</b>	<b>16.242</b>	<b>21.993</b>
<b>BEBAN PAJAK</b>	<b>(2.899)</b>	<b>(3.861)</b>	<b>(4.178)</b>	<b>(5.184)</b>	<b>(7.039)</b>
LABA SEBELUM HAK MINORITAS					
ATAS LABA BERSIH					
ANAK PERUSAHAAN	8.850	7.591	8.571	11.058	14.954
HAK MINORITAS ATAS					
LABA BERSIH ANAK					
PERUSAHAAN – bersih	(810)	(1.504)	(1.956)	(3.064)	(3.948)
<b>LABA BERSIH</b>	<b>8.040</b>	<b>6.087</b>	<b>6.615</b>	<b>7.994</b>	<b>11.006</b>

Laba bersih per saham	398,80	301,95	328,10	396,51	547,15
Laba bersih per ADS (40 saham seri B per ADS)	15.951,80	12.007,83	13.124,14	15.860,25	21.886

Sumber: Laporan Keuangan PT TELKOM

Dari laporan laba-rugi diatas maka dapat dilihat laba bersih setelah perusahaan menerapkan Program *Corporate Social Responsibility*, yaitu untuk tahun 2002 laba bersihnya (dalam milliar); Rp 8.040, tahun 2003; Rp 6.087, tahun 2004; Rp 6.615, tahun 2005; Rp 7.994, dan tahun 2006; Rp 11.006. Laba bersih ini diperoleh dari {Laba Sebelum Pajak - (Beban Pajak + Hak Minoritas Atas Laba Bersih Anak Perusahaan-bersih)}. Dimana Laba Sebelum Pajak diperoleh dari {(Pendapatan Usaha – Beban Usaha) + Penghasilan (Beban) Lain-Lain}.

Maka perhitungan *Return On Assets* (ROA) PT TELKOM setelah menerapkan *corporate social responsibility*, yaitu:

**Tabel 4.7**

Tahun	Laba Bersih (dlm Milliar Rupiah)	Total Assets (dlm Milliar Rupiah)	ROA
2002	8.040.000	44.307.000	18,15%
2003	6.087.000	50.283.000	12,11%
2004	6.615.000	56.179.000	11,77%
2005	7.994.000	62.171.000	12,86%
2006	11.006.000	75.136.000	14,65%

Sumber: Laporan Keuangan PT TELKOM Yang Diolah oleh Penulis

*Profitabilitas* adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan suatu entitas usaha untuk menghasilkan laba. Didalam dunia usaha, perusahaan diharapkan untuk dapat menciptakan penghasilannya secara optimal. *Profitabilitas* dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur adalah dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat didalam menganalisis kondisi keuangan hasil operasi dan tingkat *profitabilitas* suatu perusahaan, dimana dalam penelitian ini rasio *profitabilitas* yang digunakan adalah *return on assets* (ROA).

Karena keterbatasan data maka penulis menggunakan neraca dan laporan laba-rugi PT TELKOM yang berasal dari Indonesian Capital Market Directory, untuk menghitung ROA sebelum TELKOM menerapkan CSR. Maka didapat ROA sebelum penerapan CSR yaitu:

**Tabel 4.8**

Tahun	Laba Bersih (dlm Milliar Rupiah)	Total Assets (dlm Milliar Rupiah)	ROA
1997	1.152.100	19.967.367	5,77%
1998	1.168.670	23.843.240	4,90%
1999	2.172.321	26.329.654	8,25%
2000	2.403.712	32.018.940	7,51%
2001	4.250.110	32.470.280	13,09%

Sumber: Laporan Keuangan PT TELKOM Yang Diolah oleh Penulis

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan *profitabilitas* TELKOM sebelum dan setelah penerapan CSR, dilihat dari *return on assetsnya*;

**Tabel 4.9**

Tahun	ROA sebelum CSR	ROA setelah CSR
1997	5,77%	-
1998	4,90%	-
1999	8,25%	-
2000	7,51%	-
2001	13,09%	-
2002	-	18,15%
2003	-	12,11%
2004	-	11,77%
2005	-	12,86%
2006	-	14,65%
Rata-rata	7,90%	13,91%

Sumber: Laporan Keuangan PT TELKOM Yang Diolah oleh Penulis

Jika dilihat dari tabel 4.9, terdapat selisih ROA sebelum dan setelah penerapan CSR sebesar 6,01% (13,91%-7,90%). Hal ini menunjukkan terdapat kenaikan tingkat *profitabilitas* ditinjau dari ROA perusahaan sebelum dan setelah penerapan

CSR. Untuk menghitung besarnya kenaikan tingkat *profitabilitas* perusahaan dapat menggunakan rumus:

$$T = \frac{(P_i - P_o)}{(P_i + P_o)} \times 100\%$$

Yaitu :

$$T = \frac{(0,1391 - 0,079)}{(0,1391 + 0,079)} \times 100\% = 27,55\%$$

Maka dapat dilihat kenaikan tingkat *profitabilitas* PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk (TELKOM) sebelum dan setelah menerapkan CSR adalah sebesar 27,55%.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

Sebagaimana disebutkan sebelumnya bahwa uji hipotesis menggunakan pendekatan selisih rata-rata (uji beda) ini bertujuan untuk mengetahui apakah perbedaan tingkat *profitabilitas* sebelum dilaksanakannya *corporate social responsibility* ( $\bar{x}_1$  = rata-rata tingkat *profitabilitas* sebelum dilaksanakan program *corporate social responsibility*) dan tingkat *profitabilitas* setelah dilaksanakannya *corporate social responsibility* ( $\bar{x}_2$  = rata-rata tingkat *profitabilitas* setelah dilaksanakan program *corporate social responsibility*), merupakan perbedaan yang berarti atau signifikan. Untuk itu, perlu dilakukan pengujian signifikansi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yaitu:

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dengan diterapkannya program *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan.

$H_a$ : Terdapat pengaruh yang signifikan dengan diterapkannya program *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan.

Secara matematis, hipotesis tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho:  $\mu_1 = \mu_2$

Ha:  $\mu_1 \neq \mu_2$

2. Menentukan taraf nyata yang digunakan.

Taraf nyata ( $\alpha$ ) yang digunakan pada pengujian hipotesis ini adalah 0.05 (5%) atau tingkat keyakinan 95%.

3. Menentukan batas wilayah kritis.

Dengan menggunakan taraf nyata  $\alpha = 0.05$ , maka Ho diterima jika  $-t_{1-\alpha} \leq t \leq t_{1-\alpha}$  dengan  $t_{1-\alpha}$  didapat dari daftar distribusi t dengan peluang  $(1 - \alpha)$  dan dk =  $(n_1 + n_2 - 2)$  Dalam hal lainnya Ho ditolak.

Maka diperoleh t tabel = 2,306, dan dengan diketahuinya t tabel maka dapat diketahui daerah penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu:

Ho diterima jika:  $-2,306 \leq t \text{ hitung} \leq 2,306$

Ho ditolak jika:  $t \text{ hitung} < -2,306$  atau  $t \text{ hitung} > 2,306$

4. Perhitungan nilai t hitung (t penelitian)

Besarnya t hitung dapat diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$t \text{ hitung} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

Sedangkan nilai S diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$S = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}}$$

$$\begin{aligned} \text{Dengan } \bar{x}_1 &= (5,77 + 4,90 + 8,25 + 7,51 + 13,09)/5 \\ &= 7,904 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{dan } \bar{x}_2 &= (18,15 + 12,11 + 11,77 + 12,86 + 14,65)/5 \\ &= 13,908 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
S_1 &= \sqrt{\frac{\sum x_1^2}{n_1 - 1} - \frac{(\sum x_1)^2}{n_1(n_1 - 1)}} \\
&= \\
&= \sqrt{\frac{\sum 5,77^2 + 4,90^2 + 8,25^2 + 7,51^2 + 13,09^2}{5 - 1} - \frac{(5,77 + 4,90 + 8,25 + 7,51 + 13,09)^2}{5(5 - 1)}} \\
&= 3,19
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
S_2 &= \sqrt{\frac{\sum x_2^2}{n_2 - 1} - \frac{(\sum x_2)^2}{n_2(n_2 - 1)}} \\
&= \\
&= \sqrt{\frac{\sum 18,15^2 + 12,11^2 + 11,77^2 + 12,86^2 + 14,65^2}{5 - 1} - \frac{(18,15 + 12,11 + 11,77 + 12,86 + 14,65)^2}{5(5 - 1)}} \\
&= 2,62
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{sehingga } S &= \sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}} \\
&= \sqrt{\frac{(5 - 1)3,19^2 + (5 - 1)2,62^2}{5 + 5 - 2}} \\
&= 2,92
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\text{maka } t \text{ hitung} &= \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \\
&= \frac{7,904 - 13,908}{2,92 \sqrt{\frac{1}{5} + \frac{1}{5}}} \\
&= -3,25
\end{aligned}$$

5. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel

Dari hasil perhitungan pada tahap 4 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung adalah -3,25, sedangkan dari tahap 3 diketahui bahwa batas-batas kritis adalah sebagai berikut:

Ho diterima: jika  $-2,306 \leq t \text{ hitung} \leq 2,306$

Ho ditolak : jika  $t \text{ hitung} < -2,306$  atau  $t \text{ hitung} > 2,306$

Karena  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $-3,25 < -2,306$  maka **hipotesis nol (Ho) ditolak.**

6. Penarikan kesimpulan

Dari tahap 5 diketahui bahwa Ho ditolak. Dengan ditolaknya Ho maka dapat diambil kesimpulan, dengan taraf nyata 0,05, bahwa antara *profitabilitas* perusahaan telekomunikasi sebelum dan setelah menerapkan program *corporate social responsibility* memiliki perbedaan yang berarti atau signifikan.

Berdasarkan uji hipotesis selisih rata-rata atas PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk di atas, terbukti bahwa program *corporate social responsibility* tidak merugikan perusahaan, justru membawa kepada kebaikan, seperti mendapat dukungan dari masyarakat yang dapat meningkatkan tingkat *profitabilitas* perusahaan. Dan biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk program ini tertutupi oleh *profit* yang diperoleh perusahaan. Sehingga program *corporate social responsibility* bukanlah kegiatan yang sia-sia dan bukanlah kegiatan/aktivitas yang hanya menghambur-hamburkan dana perusahaan.

Selain itu dapat pula dikatakan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu **”terdapat pengaruh yang signifikan dengan diterapkannya program *Corporate Social Responsibility* terhadap *profitabilitas* perusahaan” terbukti kebenarannya atau dapat diterima.**

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh sebelum dan setelah penerapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *profitabilitas* perusahaan (PT TELKOM), dapat disimpulkan bahwa PT TELKOM telah melaksanakan program *corporate social responsibility* sejak tahun 2002 dan program *corporate social responsibility* membawa pengaruh yang positif terhadap *profitabilitas* perusahaan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *return on assets* (ROA) sebagai alat ukur *profitabilitas*. Dimana rata-rata *return on asset* (ROA) sebelum penerapan program *corporate social responsibility* (dari Tahun 1997-2001) yaitu sebesar 7,90%, sedangkan rata-rata *return on asset* (ROA) setelah penerapan *corporate social responsibility* (dari Tahun 2002-2006) adalah sebesar 13,91%. Maka terdapat selisih atau peningkatan *return on asset* (ROA) sebelum dan setelah penerapan *corporate social responsibility* sebesar 6,01%. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan *profitabilitas* perusahaan yang signifikan setelah pelaksanaan program *corporate social responsibility* yaitu sebesar 27,55%, dan didukung dengan hasil pengujian hipotesis.

Tujuan dasar PT TELKOM melaksanakan CSR adalah untuk mendukung kepedulian perusahaan pada 3 (tiga) dasar pembangunan yang berkelanjutan, yaitu bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan. Program *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT TELKOM melalui TELKOM Community Development Center (TCDC) dibagi menjadi dua program, yaitu Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan. Dimana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan ini mencakup 7 (tujuh) pilar, yaitu Pendidikan (*Education*), Kesehatan (*Health*), Kebudayaan dan Keadaban (*Culture of Civility*), Kemitraan (*Partnership*), Layanan Umum (*Public Service Obligation*), Lingkungan (*Environment*), Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam (*Disaster and Rencue*).

Sesuai dengan KEP.MEN BUMN No. KEP-236/MBU/2003 biaya atau dana yang dialokasikan untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan berasal dari penyisihan laba setelah pajak sebesar 1% sampai dengan 3% yang ditetapkan oleh (a) RUPS untuk PERSERO, dan (b) Menteri untuk PERUM.

## 5.2 Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan, terlihat jelas bahwa program *corporate social responsibility* membawa dampak yang positif terhadap perusahaan terutama terlihat dari *profitabilitas* perusahaan yang semakin meningkat semenjak dilaksanakannya program *corporate social responsibility*. Oleh karena itu penulis menyarankan agar perusahaan telekomunikasi lebih efektif dan intensif dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berada di dalam cakupan program *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan adanya era globalisasi yang menuntut perusahaan bukan hanya mementingkan kepentingan *shareholders* semata tetapi juga lingkungan ekstern perusahaan, seperti lingkungan dan masyarakat di sekitar beroperasinya kegiatan perusahaan. Tanpa adanya dukungan dari lingkungan dan masyarakat, perusahaan akan mendapat hambatan dalam beroperasi, dan hal ini pun tentu saja dapat menimbulkan dampak negatif terhadap *profitabilitas* perusahaan di masa yang akan datang.

Sementara untuk investor, dalam menginvestasikan dananya hendaknya mempertimbangkan terlebih dahulu apakah perusahaan tersebut telah melaksanakan program/kegiatan *corporate social responsibility* dengan baik atau belum. Hal tersebut dimaksudkan agar perusahaan lebih terdorong lagi untuk melaksanakan program *corporate social responsibility* dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliminsyah, Pandji. 2005. **Kamus Istilah Akuntansi**. Jakarta: Yramawijaya.
- Ashari. Darsono. 2005. **Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan**. Yogyakarta: Andi Offset.
- Budimata, Arif. Prasetijo, Adi. Rudito, Bambang. 2007. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Indonesia Center For Sustainable Development.
- C James. Horne, Van. Wachowicz, John M. 2005. *Financial Management*. Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Coulter Mary, Stephen P. Robbins. Alih Bahasa T. Hermayana, Harry Slamet, 2004. **Manajemen**. Edisi Ketujuh, Jilid 1. Edisi Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Hasibuan, Chrysanti. Sedyono. 2006. *CSR Communication: A Challenge On Its Own, Economics Business Accounting Review*. Edisi III / September – Desember 2006.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2004. **Standar Akuntansi Keuangan**. Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2001. **Standar Profesi Akuntan Publik**. Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. Jogjakarta: YKPN.
- Irawati, Susan. 2006. **Manajemen Keuangan**. Bandung: Pustaka.
- Keraf, Sonny. 1998. **Etika Bisnis**. Yogyakarta: Kanisius.
- Kieso, Weygant, Warfield, 2002. *Accounting Intermediate*. Jakarta: Erlangga
- Kiroyan, Noke. 2006. **GCG dan CSR: Adakah kaitan diantara keduanya?**. *Economics Business Accounting Review*. Edisi III / September-Desember 2006.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Millenium. Jakarta: PT Prehallindo.

- Lawrance Anne T, James E. Post, James Weber. 2002. *Business And Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. Tenth edition. International edition. McGraw - Hill.
- Munawir. 2002. **Analisis Laporan Keuangan**. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Niswonger. Warren. Reeve. Fess. 1999. **Prinsip-Prinsip Akuntansi 1**. Jakarta: Erlangga.
- Pedersen, Lise P. 2003. *Corporate Communication In The 21<sup>st</sup> Century About Corporate Social Responsibility*. Chapel Hill, USA: University of North Carolina.
- Prambudi, Teguh Sri. 2006. **CEO dan CSR: Antara Citra dan Kepedulian – Economics and Business Accounting Review**. Edisi III/September-Desember 2006.
- Prescott. Dave and Davy. Aidan and Singh, Alok. 2002. *Food for Thought*. United Kingdom: International Business Leaders Forum.
- Rahendrawan. 2006. *CSR: A Merecharity Cost For Company. Economics Business Accounting Review*. Edisi III / September-Desember 2006.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2004. **Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan**. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Sugiri, Slamet. 2000. **Pengantar Akuntansi 1**. Yogyakarta: YKPN.
- Sugiyono. 2003. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- S. Sundjaja, Ridwan. Berlian, Inge. 2003. **Manajemen Keuangan**. Jakarta: Prenhallindo.
- Umar, Husein. 2003. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- .....2007. Undang-Undang RI No.40: Perseroan Terbatas. Jakarta: Fokusmedia.
- Williams, Chuck. 2001. *Management*. Buku 1. Thompson Learning. Jakarta: Salemba Empat.

## INTERNET

Abdul Rasyid Idris. 22 Nov 2005. *Corporate Social Responsibility (CSR): Sebuah Gagasan dan Implementasi*. Fajar Online.

[Http: //en.wikipedia.org/wiki/corporatesocialresponsibility.](http://en.wikipedia.org/wiki/corporatesocialresponsibility)

[Http: //www.malenbaker.net/csr/csrfiles/definition.html.](http://www.malenbaker.net/csr/csrfiles/definition.html)

[Http: //www.kompas.com](http://www.kompas.com)

[Http: //www.google.com](http://www.google.com)

World Business Council for Sustainable Development. 2002. Making Good Business Sense. WBCSD Publications on [www.wbcsd.org.theswitzerland](http://www.wbcsd.org.theswitzerland)