

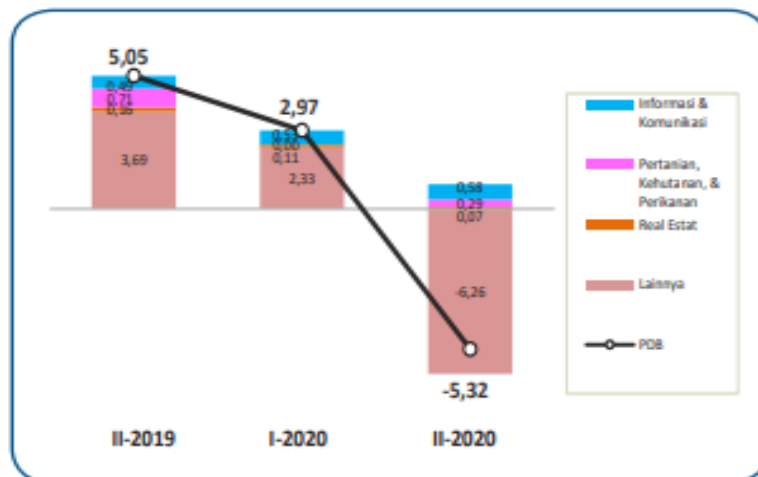
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia, sebagai suatu negara yang sedang berkembang sedang giat melaksanakan pembangunan secara berencana dan bertahap, tanpa mengabaikan usaha pemerataan dan kestabilan (Syahputra, 2023). Pertumbuhan ekonomi sebagai sebuah proses peningkatan *output* dari waktu ke waktu menjadi indikator penting untuk mengukur keberhasilan pembangunan suatu negara (Todaro dalam Ma'ruf & Wihastuti, 2008). Kondisi perekonomian Indonesia sendiri telah mengalami resesi ekonomi akibat pandemi COVID-19. Ekonomi Indonesia triwulan II-2020 dibanding triwulan II-2019 (y-on-y) mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar 5,32 persen (Badan Pusat Statistik, 2020).

Gambar 1.1 Sumber Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha (y-on-y)
(persen)



Sumber: Badan Pusat Statistik “Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020”
(Badan Pusat Statistik, 2020) Diakses pada 09 Oktober 2023

Pemerintah Indonesia tentunya melakukan upaya untuk memulihkan perekonomian Indonesia dengan melaksanakan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN). Tak bisa hanya mengandalkan upaya dari pemerintah Indonesia, salah satu

pelaku ekonomi yang berperan dalam perwujudan program pemerintah ialah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pendapatan dan laba BUMN yang mengalami peningkatan tiap tahunnya merupakan indikator yang baik untuk kinerja keuangan (Koto, 2021). Maka dengan adanya bantuan BUMN, Pemerintah mampu menerapkan kebijakan yang mampu menetralsir masalah perekonomian yang ada (Koto, 2021). Pelaku ekonomi selanjutnya yang dapat berperan dalam perwujudan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) adalah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang paling terkena dampak oleh pandemi COVID-19. Hal tersebut dapat dipahami karena Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Pemerintah Indonesia pun memandang penting keberadaan para pelaku UMKM (Admin ekbangsetda, 2019). Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sarfiyah et al., 2019).

Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018 (dalam Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2020) jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. Oleh karena itu, dampak yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 pada pelaku usaha

menjadikan pemerintah memfokuskan upaya pemulihan ekonomi Indonesia melalui perusahaan-perusahaan yang berada di bawah naungan BUMN untuk mengimplementasikan hal tersebut sebagai bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam wujud Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

Tahun 2020 telah menjadi tahun yang sangat menantang akibat pandemi COVID-19. Dampak pandemi ini masih terasa kuat pada tahun 2021, terutama dalam hal kesehatan masyarakat dan ekonomi global. Banyak perusahaan yang semakin memfokuskan program CSR-nya terutama dalam upaya kesejahteraan masyarakat dan dukungan kepada UMKM yang terkena dampak ekonomi yang serius. Adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di tahun 2021 merupakan salah satu kebijakan Pemerintah Republik Indonesia untuk memerangi pandemi COVID-19. PPKM pertama kali diberlakukan pada 11 Januari s/d 25 Januari 2021, seiring berjalannya waktu serta menyesuaikan keadaan dari masing-masing wilayah di Indonesia, maka PPKM dilakukan secara berkelanjutan. PPKM yang paling berdampak terhadap UMKM & masyarakat kecil adalah PPKM Darurat yang berlaku pada 3 Juli-25 Juli 2021, di mana PPKM ini menargetkan penurunan penambahan kasus konfirmasi harian hingga di bawah 10 ribu kasus per harinya (Kurniawan, 2021). Adapun pengetatan yang diberlakukan antara lain pada pusat perbelanjaan/mall/pusat perdagangan ditutup, restoran & rumah makan tidak menerima makan di tempat, kebijakan pengetatan tersebut tentunya berdampak pada kondisi ekonomi.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tampilan wajah baru perusahaan (Yolanda et al., 2009). Melalui pelaksanaan CSR, suatu perusahaan dapat membangun citra dan reputasi positif bagi perusahaannya. Selama perusahaan menggunakan segala sumber daya, baik manusia maupun finansial dari komunitas yang ada, maka perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk menghasilkan profit dan

mengembalikan sebagian dari profit bagi masyarakat (Kriyantono, 2021). Sejalan dengan program pemerintah untuk memulihkan perekonomian Indonesia, menjalankan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada pertumbuhan ekonomi bagi perusahaan menjadi suatu pilihan. Tanggung jawab sosial perusahaan dimaknai sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat (Lestari, 2017). Berbagai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang timbul akibat berdirinya suatu kawasan industri, mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada publik khususnya masyarakat di sekitar wilayah perusahaan melalui aktivitas yang nyata sehingga dalam pelaksanaan kegiatan CSR, perusahaan harus berhati-hati dan dilakukan dengan cara-cara yang benar agar tidak memperkuat kondisi relasi ketergantungan dari masyarakat akan kehadiran perusahaan (Chapple & Moon, 2005). Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah tersebut merupakan regulasi pemerintah mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Olivia & Putri, 2019).

Regulasi tersebut memuat tiga aspek persepsi. Pertama, anggapan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya merupakan kewajiban dari perusahaan. Kedua, ada juga anggapan bahwa adanya ekspektasi tersendiri dari masyarakat atau pemangku kepentingan mengenai pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga jika ekspektasi tersebut terpenuhi maka perusahaan menganggap bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai suatu kelayakan karena memang sudah sewajarnya perusahaan tersebut memenuhi ekspektasi dari pemangku kepentingannya. Ketiga, ada juga perusahaan yang tidak mengikuti regulasi yang ada (Majalah Bisnis & CSR edisi 11-17 Juni dalam Olivia & Putri, 2019). Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan harus melibatkan *stakeholder* untuk

kepentingan yang menyeluruh dan berkelanjutan. Keberlanjutan merupakan keseimbangan atau keselarasan antara keberlanjutan ekonomi, keberlanjutan sosial, dan kelestarian lingkungan (Elkington dalam Gilbert & Ron, 2019).

Dampak selama pandemi yang masih sangat terasa pada tahun 2021 terutama pada sektor ekonomi maka perlu adanya program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) yang merupakan program-program mengenai pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan-perusahaan BUMN. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) merupakan badan usaha yang dimiliki oleh negara dan dikelola oleh pemerintah. BUMN menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 didefinisikan sebagai badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan. Sebagai unit bisnis BUMN harus merebut serta memanfaatkan peluang bisnis di era perdagangann bebas. BUMN selain akan memberikan kontribusi lebih baik dalam perekonomian Indonesia, juga dapat memanfaatkan peluang yang diciptakan oleh terjadinya globalisasi ekonomi, dan menjadi pelaku pasar yang berskala dunia (Margaretha & Ginting, 2016). Menumbuhkan budaya korporasi dan profesionalisme melalui antara lain pembenahan pengurusan dan pengawasan berdasarkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) menjadi syarat mutlak bagi optimalnya peran BUMN (Sumiyati, 2013).

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dalam menjalankan perannya memiliki landasan hukum yang jelas untuk melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Landasan hukum bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN) tertera dalam Pasal 88 Undang-Undang No.19 Tahun 2003 yang mengatur peraturan mengenai CSR pada BUMN. Kontribusi BUMN terhadap terciptanya ketangguhan dan kemandirian ekonomi rakyat melalui upaya kemitraan sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, diharapkan dapat memberikan dampak signifikan terhadap

peningkatan kesejahteraan rakyat (Sumiyati, 2013). Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) menjadi salah satu bentuk perwujudan BUMN dalam menjalankan kegiatan CSR. PKBL merupakan salah satu cara pemerintah untuk melakukan pemerataan pembangunan serta meningkatkan kesejahteraan. Pada dasarnya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) BUMN terdiri dari program kemitraan dengan UKM dan Program Bina lingkungan yang terdiri dari Bantuan Bencana Alam, Bidang Kesehatan Masyarakat, Bidang Pendidikan dan Pelatihan, Bidang agama, Bidang Sarana Prasarana, dan Bidang Pelestarian Alam (Pangestu et al., 2022). Karena pemerintah memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh masyarakatnya, sehingga pemerintah memerlukan peranan aktif BUMN untuk mewujudkan hal tersebut (Yolanda et al., 2009).

Sebagai salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan BUMN, PT. Telekomunikasi Indonesia berkewajiban untuk turut melakukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi, PT. Telkom tentunya mempercepat akselerasi transformasi digital karena pandemi COVID-19 mendorong perusahaan untuk melakukan hal tersebut seperti penggunaan teknologi untuk menjalankan bisnis, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan pelanggan.

PT. Telkom Indonesia sebagai perusahaan multinasional yang bersedia mengalokasikan dana yang besar untuk melaksanakan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Telkom berusaha membangun kepercayaan publik dengan menggunakan strategi pengembangan program-program CSR. Total dana yang telah dianggarkan dan direalisasikan untuk tahun 2021 adalah sebesar Rp 125 miliar dengan efektifitas penyaluran dana sebesar 99,8% yakni sebesar Rp 124,76 miliar. Jumlah

anggaran tersebut mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2020 sebesar Rp124,74 miliar (Telkom, n.d.).

Melalui PKBL akan terbangun interaksi yang kuat antara masyarakat dengan perusahaan, di mana masyarakat dapat merasakan manfaat keberadaan Telkom, dengan semakin dikenalnya Telkom oleh masyarakat maka akan lebih memotivasi Telkom sebagai korporasi untuk terus meningkatkan *culture value* serta kualitas pelayanan kepada customer (Mardhatillah & Azis, 2018). Guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas, kegiatan usaha PT. Telkom bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi.

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) tidak hanya dijalankan oleh Telkom di level Korporat namun juga diimplementasikan hingga level terkecil, yaitu Unit Wilayah Telkom (selanjutnya akan disebut dengan Witel). Witel merupakan sebuah unit terkecil dari PT. Telkom Indonesia yang menjalankan bisnis telkom di level wilayah. Tak terkecuali Witel Karawang, unit yang mencakup wilayah Kabupaten Karawang, Kabupaten Purwakarta, dan Kabupaten Subang. Witel karawang merupakan perpanjangan tangan dari PT. Telkom untuk menjangkau seluruh pelosok wilayah Kabupaten Karawang, Kabupaten Purwakarta, dan Kabupaten Subang mulai dari sumber *revenue*, infrastruktur, hingga kegiatan kenegaraan ataupun kementerian.

Sejalan dengan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) yang dilakukan oleh Telkom pusat sebagai bentuk implementasi CSR, tentunya Telkom Witel Karawang wajib turut menjalankan program CSR tersebut. Dalam proses implementasi CSR nya, *officer* TJSL & HC Telkom Witel Karawang memiliki peran sebagai mediator yang menghubungkan antara bagian-bagian terkait dan menjalankan

program tanggung jawab sosial tersebut. Melalui Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi mitra binaan dalam setiap kegiatan pendampingan yang diselenggarakan oleh Witel Karawang dengan tujuan untuk mendukung usaha yang dijalankan oleh mitra binaan. Menjadi kesempatan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Karawang untuk mendapatkan bantuan pinjaman modal, menjadikan adanya peningkatan mulai tahun 2014-2019 untuk pelaku UMKM yang menjadi mitra binaan Witel Karawang. Pelaksanaan program bina lingkungan Telkom Witel Karawang bersifat insidental dan didasarkan pada proposal yang diajukan oleh masyarakat kepada pihak perusahaan. Bantuan bina lingkungan yang diberikan biasanya meliputi bantuan korban bencana alam, bantuan pendidikan, bantuan sosial kemasyarakatan, dan bentuk bantuan lainnya.

Seiring dengan industrialisasi yang semakin berkembang di Kabupaten Karawang, geliat bisnis sektor UMKM juga ikut terdongkrak. Hal ini tentunya merupakan faktor positif yang perlu terus dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (Hartelina, 2019). Namun saat terjadinya pandemi COVID-19, UMKM di Karawang turut terkena imbasnya sehingga pelaku UMKM di Karawang pun harus merasakan dampak dari pandemi seperti menurunnya pendapatan hingga banyak UMKM yang tidak bisa melanjutkan usahanya lagi atau bangkrut. UMKM yang dapat bertahan harus mampu berinovasi dalam menghadapi tantangan pandemi, seperti beralih ke model bisnis online karena adanya perubahan pola konsumsi konsumen yang lebih banyak melakukan transaksi secara online sebagai usaha memutus rantai penyebaran virus COVID-19, atau UMKM dapat mengembangkan produk dan layanan baru sesuai dengan kebutuhan pasar yang berubah karena dapat menjadi peran penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Bentuk komitmen Telkom Witel Karawang dalam mendukung upaya pelaku UMKM untuk beralih model bisnis ke arah digital

ialah dengan mensosialisasikan penggunaan aplikasi Mysooltan yang sengaja dibuat untuk membangkitkan UMKM dengan mengoptimalkan digitalisasi pada saat pandemi COVID-19 yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Aplikasi MySooltan adalah platform single digital touch untuk UMKM, agar bisa melakukan migrasi bisnis dari model luring ke daring (go online) secara mudah. Melalui MySooltan, UMKM bisa mendapat berbagai manfaat untuk mengembangkan bisnisnya, mengatur perputaran roda usaha, serta memperluas pemasaran produk dan/atau jasa yang ditawarkan (telkom.co.id, 2021).

Berdasarkan informasi yang dilansir dari media elektronik menyatakan bahwa UMKM saat ini menyokong hampir setengah dari perekonomian di Kabupaten Karawang, namun UMKM belum sepenuhnya masuk ke dalam rantai perdagangan industri besar sehingga UMKM tidak berkembang dengan cepat. Kebanyakan pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih terbatas oleh modal, kemudian keterbatasan pengetahuan warga terhadap teknologi yang ada serta sulitnya memasarkan produk (Wulansari et al., 2021). Jumlah UMKM yang mengalami peningkatan setiap tahunnya dapat diartikan bahwa UMKM memiliki peranan pada perekonomian daerah. Meskipun UMKM telah berperan dalam perekonomian daerah, namun masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala. Besarnya peranan UMKM dalam perekonomian nasional dan daerah khususnya di Kabupaten Karawang, sudah sewajarnya para pelaku UMKM mendapatkan perhatian besar terhadap eksistensinya dalam penguatan ekonomi rakyat (Wulansari et al., 2021).

Pada tahun 2021, Telkom Witel Karawang melaksanakan bentuk perhatiannya terhadap pelaku UMKM dengan memperkenalkan program kemitraan yang dijalkannya sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Hal tersebut diawali dengan melakukan survei calon mitra binaan dan menjelaskan

bagaimana prosedur yang harus dipenuhi, survei dilakukan dengan kunjungan langsung ke lokasi-lokasi usaha dan menerapkan prinsip 5 C analisis penentuan pinjaman yaitu memenuhi *Character, Capacity, Capital, Condition, dan Collateral*. Survei Calon Mitra Binaan Tahun 2021, Witel Karawang menargetkan memperbanyak Mitra Binaan UMKM yang menghasilkan suatu produk karya seni maupun kuliner yang bisa dikembangkan dan dipamerkan secara Go Digital, yang tentunya diimbangi dengan kualitas angsuran yang lancar (Sari, 2021).

Berdasarkan uraian di atas, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai landasan teoritis pada penelitian ini. Penelitian pertama yakni Prasetya Yoga Santoso dan Annisa Larasati (2020) dengan judul “Implementasi *Corporate Communication* Oleh Divisi *Corporate* (CSR) Dalam Mempertahankan Keberlanjutan Operasional Perusahaan”, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Saka Energi dalam mempertahankan keberlanjutan operasional perusahaan. Kemudian, untuk mengetahui prinsip dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Saka Energi dalam mempertahankan keberlanjutan operasional perusahaan, serta untuk mengkategorisasikan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Saka Energi dalam mempertahankan keberlanjutan operasional perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan landasan/prinsip dasar program CSR PT Saka Energi sesuai pada konsep *Triple Bottom Line*. Sedangkan program Beasiswa dan Bantuan, Rumah Pintar, dan Saka Mengajar merupakan praktik bisnis berbentuk *philanthropy*. Program Penyediaan Air Bersih dan Sanitasi, Ekowisata Mangrove, Saka Mengajar, dan Kampung Berseri berbentuk Pemberdayaan Masyarakat. Program pengembangan keberlanjutan PT Saka Energi di dominasi pola *community development*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik peneliti memiliki kesamaan pada penggunaan metode penelitian

kualitatif dan penggunaan konsep *Triple Bottom Line* dan memiliki perbedaan pada objek yang diteliti dan penelitian ini memiliki fokus pada implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mempertahankan keberlanjutan perusahaan .

Penelitian kedua oleh M. Dimas Aji Pangestu, Pudjo Suharso, dan Wiwin Hartanto (2022) dengan judul “Implementasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan PT. Telekomunikasi Kandatel Jember”, penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan implementasi PKBL PT. Telekomunikasi Kandatel Jember dan dampak dari pelaksanaan program. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa program kemitraan yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Kandatel Jember sesuai dengan pola kemitraan Inti Plasma. Pelaksanaan program bina lingkungan diwujudkan dengan beberapa bidang kegiatan, diantaranya yaitu bidang bencana alam, bidang keagamaan, bidang sarana umum, bidang pendidikan dan pelestarian alam. Persamaan yang dimiliki dengan penelitian milik peneliti yakni penggunaan metode penelitian kualitatif dan menggunakan objek perusahaan yang sama yaitu PT. Telkom Indonesia dan terdapat perbedaan pada wilayah PT. Telkom yang digunakan sebagai objek penelitian serta pada penelitian ini tidak memiliki fokus tahun tertentu.

Penelitian ketiga oleh Eugenia Oktaviani Adensi Laro, Mas'Amah, dan Veki Edizon Tuhana (2023) dengan judul “Implementasi CSR Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan PT. Angkasa Pura 1 Kupang”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi CSR pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang dalam mempertahankan citra perusahaan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengelolaan dan pengimplementasian CSR yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan berjalan dengan baik. Melalui penilaian yang

diberikan masyarakat dapat menimbulkan kesan positif bagi PT. Angkasa Pura 1 Bandara El Tari Kupang dalam upaya mempertahankan citra perusahaan. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian milik peneliti yakni menggunakan metode penelitian kualitatif dan melaksanakan program CSR melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Perbedaan penelitian ini dengan milik peneliti ialah pada objek perusahaan dan penelitian ini memiliki fokus bahwa program CSR yang dilaksanakan untuk membangun citra perusahaan di mata masyarakat.

Telkom Witel Karawang menjadi subjek penelitian yang dipilih karena merupakan salah satu perusahaan BUMN yang menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam wujud PKBL. Setelah adanya peningkatan minat UMKM untuk menjadi mitra binaan, namun pada tahun 2021 ketika pemerintah sudah mulai menerapkan era *new normal* di mana masyarakat sudah mulai bisa beradaptasi kembali untuk beraktifitas dan tetap memerhatikan protokol kesehatan justru mengalami penurunan minat pelaku UMKM terhadap program kemitraan yang dijalankan oleh Telkom Witel Karawang.

Tahun	Kabupaten	Jumlah UMKM
2020	Karawang	23
	Purwakarta	26
	Subang	20
Total		69
2021	Karawang	9
	Purwakarta	10
	Subang	18
Total		37
2022	Karawang	22
	Purwakarta	11
	Subang	19
Total		52
Grand Total		158

(Sumber: Diolah oleh peneliti)

Hal tersebut menarik peneliti untuk melakukan penelitian terhadap adanya penurunan minat UMKM di tahun 2021 dan membatasi penelitian ini pada tahun

tersebut. Karena jika dilihat melalui fenomena adanya pandemi COVID-19, pelaku UMKM menjadi salah satu yang terkena dampak dalam segi pendapatan dan membutuhkan modal untuk membangun atau melanjutkan kembali usahanya. Peneliti berfokus pada UMKM di sektor pangan karena para pelaku usaha di sektor ini perlu memiliki kemampuan untuk berinovasi termasuk beralih ke model bisnis online, mengingat preferensi konsumen cenderung memilih untuk membeli kebutuhan pangan secara daring guna memenuhi kebutuhan utamanya. Memiliki alasan lain untuk melakukan penelitian adalah meningkatnya mitra binaan setiap tahun tidak menjamin program tersebut akan terus berkelanjutan. Alasan lain peneliti untuk melakukan penelitian yakni PKBL yang dilakukan oleh Telkom Witel Karawang tidak lagi berjalan dan hal tersebut menjadi alasan untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor penghambat yang menjadi penyebab program CSR Telkom Witel Karawang melalui PKBL terhenti.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi implementasi CSR Telkom Witel Karawang melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Karawang tahun 2021?
2. Apa saja faktor penghambat dalam implementasi Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sebagai wujud pelaksanaan *corporate social responsibility* Telkom Witel Karawang terhadap pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Karawang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi implementasi CSR Telkom Witel Karawang melalui Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan

(PKBL) pada pelaku UMKM Kabupaten Karawang tahun 2021 serta untuk menganalisis apa yang menjadi faktor penghambat selama program berlangsung.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian di atas, maka diharapkan adanya manfaat pada penelitian meliputi manfaat teoritis dan praktis, yakni:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari aspek teoritis.

Berikut uraian kegunaan manfaat teoritis dalam penelitian ini:

1. Penelitian “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Telkom Witel Karawang Melalui Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Karawang Tahun 2021” diharapkan dapat menjadi referensi terhadap Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan memperkaya penelitian mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada pelaku UMKM.
2. Menambah wawasan bagi pembaca dan sebagai sarana informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta memperkaya penelitian mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada pelaku UMKM Kabupaten Karawang Tahun 2021.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari aspek praktis.

Berikut uraian kegunaan manfaat praktis dalam penelitian ini:

1. Meningkatkan dan menilai kinerja Telkom Witel Karawang sebagai unit wilayah dan penggerak aktivitas perusahaan mengenai strategi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada pelaku UMKM Kabupaten Karawang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mendeskripsikan bagaimana implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta memperkaya penelitian mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada pelaku UMKM Kabupaten Karawang Tahun 2021.

1.5 Kerangka Teori

Penelitian ini membahas mengenai implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR), Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta menjelaskan landasan teori yang akan menjadi dasar penelitian ini.

1.5.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) suatu perusahaan tentunya harus melibatkan *stakeholder* untuk kepentingan menyeluruh dan berkelanjutan. Keberlanjutan merupakan keseimbangan atau keselarasan antara keberlanjutan ekonomi, keberlanjutan sosial, dan kelestarian lingkungan (Silvius & Schipper, 2019). CSR menjadi sebuah bentuk komitmen perusahaan untuk membangun kualitas kehidupan yang lebih baik bersama *stakeholder* terkait, terutama adalah masyarakat di sekeliling lingkungan perusahaan tersebut berada (Nurjanah, 2022). Kotler & Lee (2005) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen untuk meningkatkan

kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang bijaksana dan kontribusi sumber daya perusahaan.

Definisi *Corporate Social Responsibility* menurut Babatunde & Akinboboye (2013) adalah tentang bagaimana bisnis proaktif mengutamakan kepentingan konsumen dengan mendorong pertumbuhan dan kemajuan dengan menghilangkan praktik yang merugikan masyarakat. Kemudian, definisi *Corporate Social Responsibility* menurut Kanji & Chopra (dalam Kriyantono, 2021) mendefinisikan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah program yang memungkinkan perusahaan berpartisipasi dalam masalah-masalah sosial dengan memberikan kontribusi dan manfaat yang bernilai bagi perkembangan ekonomi dan kesejahteraan sosial melalui aktivitas-aktivitas perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) di persimpangan perkembangannya dapat menjadi alat perusahaan untuk digunakan secara taktis dalam meredam kritik dan melindungi citra mereka atau dapat menjadi alat yang efektif dalam masyarakat yang demokratis untuk membuat perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dengan menciptakan etos bisnis yang berkelanjutan (Mardikanto, 2014). Seperti *World Business Council For Sustainable Development* (WBCSD) (dalam Mardikanto, 2014) mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka dan masyarakat lokal.

Menurut García-Sánchez (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan praktik bisnis dan komitmen berkelanjutan, pola perilaku global, perkembangan dan evolusinya bervariasi secara signifikan tergantung pada tekan institusional yang menjadi ciri lingkungan tempat di mana perusahaan

beroperasi. Adapun Bowem (dalam Mardikanto, 2014) mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan akan meningkatkan citra bisnis di mata publik, ketika suatu bisnis mengambil peran dalam tanggung jawab sosial maka dapat memenuhi harapan masyarakat, menjadi bagian solusi untuk masalah-masalah yang ada karena perusahaan memiliki pengaruh yang besar dalam masyarakat serta memiliki potensi untuk mengubah tantangan sosial menjadi peluang bisnis (Rendtorff, 2019). Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjadi alat komunikasi korporat yang membantu perusahaan agar tetap dianggap memiliki legitimasi oleh *stakeholder* untuk bertahan, berkelanjutan, dan sejahtera (Nielsen & Thomsen dalam Camilleri, 2015). Artinya, CSR menjadi sebuah program sosial perusahaan untuk memberikan bantuan dan memberdayakan masyarakat di sekitar perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial atau kompensasi atas berbagai hal yang hilang dari masyarakat karena beroperasinya perusahaan (Nurjanah, 2022).

Melalui berbagai definisi yang berkembang selama ini, pada umumnya pelaksanaan CSR juga mengacu pada prinsip yang meliputi:

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan aktivitas (*action*) namun tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya saat ini tetap memperhatikan & memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.

2. *Accountability* merupakan upaya perusahaan untuk terbuka & bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi & dipengaruhi lingkungan eksternal. Akuntabilitas juga dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image & network* terhadap para pemangku kepentingan.
3. *Transparency* merupakan prinsip penting yang dilakukan karena transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan serta dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi berperan mengurangi kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.

Adapun pelaksanaan CSR yang diliputi melalui 3 tahapan, yaitu:

1. Perencanaan

Perencanaan akan menentukan ketetapan dan keefektifan suatu program CSR.

Dalam perencanaan juga harus memperhatikan pendefinisian sasaran, memahami harapan komunitas komunitas dan *stakeholders*.

2. Pelaksanaan

Strategi pelaksanaan CSR dipengaruhi oleh visi & misi perusahaan serta kebijakan CSR, terdapat dua pola strategi pelaksanaan CSR yang dilihat dari sudut pandang keterlibatan manajemen perusahaan yakni *self managing strategy & out sourcing*.

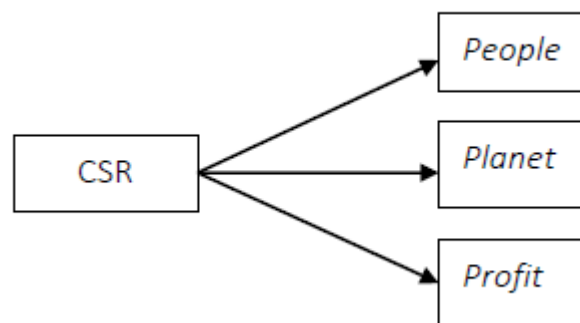
3. Evaluasi

Kegiatan yang menilai atau mengukur program mulai dari tahap perencanaan, selama pelaksanaan, hingga pelaporan. Hal tersebut bertujuan untuk menjamin bahwa program yang dilaksanakan berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat dan sesuai dengan tujuan akhir yang ingin dicapai.

Telkom Witel Karawang telah melibatkan *multi-stakeholder* dalam perencanaan sampai dengan pengimplementasian Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Penerapan PKBL Telkom juga sejalan dengan konsep 3P (*profit, people, planet*) yang bersinergi dengan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perusahaan Telkom (TJSL Telkom). Untuk menghasilkan lebih banyak keuntungan, perusahaan membuat barang berkualitas, menginvestasikan uang untuk mempertahankan karyawan yang kompeten, mengembangkan teknologi baru dan mempertahankan pelanggan (Babatunde & Akinboboye, 2013).

Penerapan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Telkom Witel Karawang yang mengacu pada konsep 3P (*profit, planet, people*) juga terhubung dengan Teori *Triple Bottom Line* (TBL) milik John Elkington.

Gambar 1.2 Konsep CSR Menurut John Elkington



Konsep CSR Menurut Elkington (dalam Rahmawati, 2018) Diakses pada 24 Oktober 2023

Melalui konsep CSR tersebut, *profit* merupakan orientasi yang harus dikejar oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi agar perusahaan dapat terus beroperasi dan berkembang. Kemudian *people* adalah dampak terhadap masyarakat yang menjadi fokus utama bisnis perusahaan, perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan beroperasi. Sedangkan *planet* dimaksudkan sebagai bentuk kepedulian pihak

perusahaan kepada lingkungan hidup, perusahaan wajib menjaga kelestarian dan keberlangsungan lingkungan yang ada. Artinya perusahaan dalam mengejar keuntungan (*profit*) harus memperhatikan & terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) serta turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Maka dari itu untuk mengukur keberhasilan pelaksanaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan Telkom Witel Karawang mengacu pada Teori *Triple Bottom Line* 3P (*profit, planet, people*).

Masih banyak perusahaan lain yang melakukan CSR dengan beragam bentuk dan sarannya, hal ini merupakan fenomena positif di lingkungan bisnis, hal ini telah menunjukkan meningkatnya kesadaran bahwa jika perusahaan ingin tumbuh secara berkelanjutan maka perusahaan tidak semata-mata mengejar keuntungan tetapi juga harus menjaga aspek sosial dan lingkungan (Untung, 2009).

1.5.2 Program Kemitraan & Bina Lingkungan (PKBL)

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) bukanlah sekedar menjalankan kewajiban sebagai salah satu BUMN melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR), tetapi merupakan upaya untuk mengelola dampak dari kebijakan dan kegiatan operasional terhadap masyarakat dan lingkungan alam secara transparan dan beretika. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) merupakan bentuk tanggung jawab sosial pada lingkungan dalam turut serta membangun dan mengembangkan perekonomian nasional melalui sektor UMKM sebagai mitra bisnis. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sendiri diinisiasi oleh regulasi yang ada di mana PKBL yang dikelola oleh BUMN, sesuai dengan amanat dalam Pasal 88 Undang-Undang No.19 Tahun 2003 yang menegaskan bahwa BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar

BUMN, artinya perusahaan memikul tanggung jawab moral untuk mendorong tumbuh kembangnya sektor usaha mikro kecil melalui bantuan pinjaman modal usaha dan investasi yang dialokasikan dari penyisihan sebagian laba bersih perusahaan. PKBL sendiri terdiri 2 jenis program, diantaranya:

a. Program Kemitraan

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil atau yang selanjutnya disebut Program Kemitraan merupakan program pemberdayaan kompetensi ekonomi kaum marginal untuk meningkatkan pendapatan melalui kegiatan usaha skala mikro, kecil dan menengah dengan memberikan dana pinjaman yang disisihkan dari sebagian laba usaha BUMN. Program pemberdayaan tersebut dilakukan melalui pemberian dana pinjaman, pelatihan kewirausahaan, dan pengembangan kreativitas kepada Mitra Binaan yang bergerak dalam usaha kecil menengah dan koperasi (Telkom, n.d.).

b. Program Bina Lingkungan

Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN di wilayah usaha BUMN tersebut melalui pemanfaatan dana dari bagian perusahaan. Sesuai ketentuan Kementerian BUMN, kegiatan program Bina Lingkungan meliputi beberapa bidang, diantaranya:

- 1) Korban bencana alam
- 2) Bidang pendidikan dan pelatihan
- 3) Bidang kesehatan
- 4) Pengembangan prasarana dan sarana umum
- 5) Bidang keagamaan (sarana ibadah).

1.5.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Menurut Hartarto (2022) Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha dengan jumlah karyawan, skala usaha, dan omzet relatif kecil serta umumnya didirikan dengan modal yang terbatas. Adapun definisi yang tertera dalam Pasal 1 Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (BPK RI, 2008) didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut.
 - i. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - ii. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut.
 - i. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - ii. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak

perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan dengan kriteria sebagai berikut.

- i. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- ii. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Kriteria UMKM di Indonesia dikelompokkan berdasarkan jumlah tenaga kerja, modal usaha, dan penjualan tahunan. Berdasarkan jumlah tenaga kerja, Badan Pusat Statistik (BPS) mengelompokkan UMKM yaitu usaha mikro dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 4 orang; usaha kecil dengan jumlah tenaga kerja antara 5-19 orang; dan usaha menengah dengan jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang (Hartarto, 2022). Saat ini UMKM sudah menjadi bagian yang memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) memiliki lebih banyak unit bisnis dibandingkan bisnis industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap lebih banyak tenaga kerja.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Paradigma Penelitian

Robert Friedrichs (dalam Ardianto, 2019) mengungkapkan bahwa paradigma merupakan suatu pandangan mendasar dari suatu disiplin ilmu tentang apa yang menjadi pokok persoalan (*subject matter*) yang mestinya

dipelajari. Pada perkembangan selanjutnya, istilah paradigma menjadi dikenal setelah Thomas Kuhn memperkenalkan paradigma sebagai kerangka keyakinan yang terbatas pada kegiatan keilmuan.

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma penelitian postpositivistik. Menurut Sugiyono (2013) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian post positivistik karena didasarkan pada ideologi postpositivisme. Postpositivisme didefinisikan sebagai fenomena yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif. Paradigma postpositivistik juga beranggapan bahwa realitas bersifat subyektif dan jamak serta pengetahuan bersifat tidak bebas nilai (Sundaro, 2022).

1.6.2 Jenis Studi

Jenis studi dari penelitian ini adalah studi kasus. Robert K. Yin (2000) mendefinisikan studi kasus merupakan sebuah metode untuk mendalami berbagai peristiwa yang bersifat kekinian di mana konteks dengan peristiwa tersebut tidak dapat dipisahkan, artinya generalisasi dari fenomena yang diungkap dalam suatu studi kasus tidak dapat diterapkan secara langsung dalam konteks lainnya.

Studi kasus lebih dikehendaki untuk melacak peristiwa-peristiwa kontemporer, bila peristiwa-peristiwa yang relevan tidak dapat dimanipulasi. Karena itu studi kasus mendasar diri pada teknik-teknik yang sama dengan kelaziman yang ada pada strategi historis, tetapi dengan menambahkan dua sumber bukti yang biasanya tak termasuk dalam pilihan sejarawan yaitu observasi dan wawancara sistematis (Yin, 2000).

1.6.3 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode untuk menangkap dan memberikan gambaran terhadap suatu fenomena, sebagai metode untuk mengeksplorasi fenomena, dan sebagai metode untuk memberikan penjelasan dari suatu fenomena yang diteliti (Banistel et al dalam Herdiansyah, 2010). Pendekatan ini berorientasi pada penemuan data deskriptif yang alamiah dari objek yang diteliti secara menyeluruh.

Menurut Moleong (2018) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Esensi dari penelitian kualitatif adalah sebagai sebuah metode pemahaman atas keunikan, dinamika, dan hakikat holistik dari kehadiran manusia dan interaksinya dengan lingkungan. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang dalam interaksinya dengan situasi sosial (Danim dalam Ardianto, 2019). Penelitian dekriptif kualitatif ini memiliki tujuan untuk mengetahui secara rinci mengenai wujud implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Telkom Witel Karawang melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada tahun 2021 di Kabupaten Karawang.

1.6.4 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Telkom Witel Karawang yang melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) pada tahun 2021 di Kabupaten Karawang.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Wawancara merupakan suatu interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran/*sharing* aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi. Wawancara bukanlah suatu kegiatan di mana satu orang hanya bertugas untuk melakukan/memulai pembicaraan sementara yang lain hanya mendengarkan (Stewart & Cash dalam Herdiansyah, 2019). Maka dari itu, peneliti memilih beberapa informan yang berkompeten dan mengetahui informasi serta memiliki data mengenai objek penelitian yang sesuai dengan tujuan peneliti. Kriteria informan yang ditentukan dalam penelitian ini antara lain:

- 1) Bersedia diwawancara oleh peneliti.
- 2) Mengetahui sekaligus pelaksana kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Telkom Witel Karawang.
- 3) Informan yang mengetahui strategi pelaksanaan program dan memiliki daftar UMKM yang menjadi mitra binaan pada tahun 2021.
- 4) Informan yang memahami sekaligus melaksanakan evaluasi atas program yang telah dilaksanakan baik program kemitraan maupun bina lingkungan, yakni informan dari unit *Shared Service & General Support*.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-

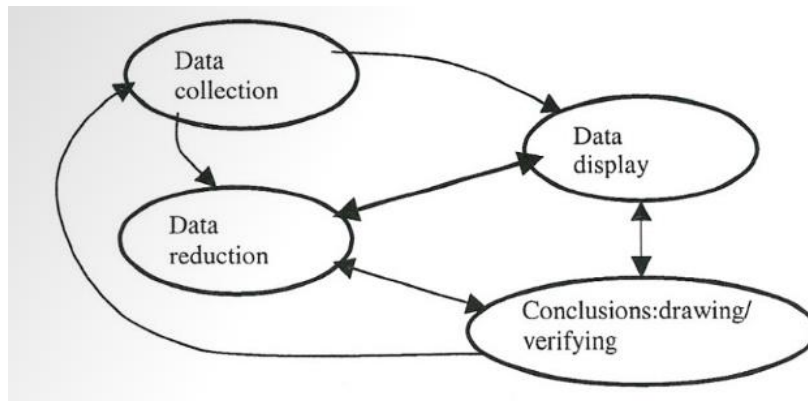
dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010). Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui wujud implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan Telkom Witel Karawang pada tahun 2021 sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).

1.6.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan & Biklen (Moleong, 2018) merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Analisis Model Interaktif milik Miles & Huberman. Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion drawing/verification* (penarikan & pengujian kesimpulan).

Gambar 1.4 *Interactive Model* Menurut Miles & Huberman



Interactive Model milik Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2013) Diakses pada 02 November 2023

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan (Sugiyono, 2013).

b. Penyajian Data

Data display didefinisikan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan kesimoulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif selama ini adalah *teks naratif* (Miles & Huberman dalam Ardianto, 2019).

c. Penarikan dan Pengujian Kesimpulan

Kesimpulannya menjurus kepada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan sebelumnya dan mengungkap “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut (Moleong, 2018).

1.6.7 Uji Validitas Data

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan sebuah teknik pemeriksaan agar hasil penelitian akurat dan dapat dipercaya. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji validitas data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (Moleong, 2018). Terdapat tiga jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu (Sugiyono, 2013). Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber pada penelitian ini. Triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Patton dalam Moleong, 2018).

1.7 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari penelitian yang dilakukan, maka sistematika penulisan berisi informasi yang mencakup materi serta hal-hal yang dibahas pada setiap bab, berikut sistematika penulisan yang disusun:

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

BAB II berisi tentang gambaran dan profil umum Telkom Witel Karawang yang meliputi sejarah, nilai-nilai, visi dan misi, profil, dan struktur jabatan pengelolanya.

BAB III : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

BAB III menjelaskan mulai dari perencanaan hingga implementasi program CSR Telkom Witel Karawang melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) tahun 2021. Selain itu, digambarkan hasil dari penelitian dan analisis berdasarkan teori yang sudah dipaparkan pada BAB I.

BAB IV PENUTUP

Pada BAB terakhir, berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta terdapat saran.