



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
CITRA PERUSAHAAN Studi Kasus Pada PT. Telkom Indonesia,  
Tbk Cabang Padang, Divisi Regional Sumatera Barat**

**SKRIPSI**



**ROBBY FIRNALDO TAN  
04952006**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2010**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : **ROBBY FIRNALDO TAN**  
No. BP : **04. 952. 006**  
Program Studi : **Strata 1 (S1)**  
Jurusan : **Manajemen**  
Judul : **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap citra Perusahaan (studi kasus PT.Telkom.Tbk divisi regional Sumatera Barat)**

Telah Disajikan dalam ujian komprehensif Jurusan Manajemen dan Disetujui oleh Pembimbing Skripsi.

Padang, 2 Februari 2011

**Pembimbing :**

**Dr. Vera Pujani, SE, M. Tec**  
**Nip. 132.240.125**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. H. Syafruddin Karimi, SE, MA**  
**NIP. 130 892 743**

**DR. Harif Amali Rivai, SE, Msi**  
**NIP. 197102211997011001**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Karena Mu Ya Allah.....  
Setitik kebahagiaan telah Ku nikmati  
Sekeping cita-cita telah Ku raih  
Kau beri Aku kesempatan untuk membahagiakan  
Orang-orang yang Ku cintai dan mengasihiku  
Namun.....  
Perjuanganku masih panjang  
Esok lusa selalu Ku harapkan  
Rahmat karunia dan kasih sayang-Mu...*

*Ku ingat, air mata, suka, duka,  
keteguhan, kesabaran, serta do'a  
Mama  
serta jerih payah Papa  
Yang tak akan terlupakan  
Semuanya merupakan pendorong  
bagiku untuk meraih  
Semua kemenangan ini*

*Dengan selalu mengharapakan Ridho-Mu Ya Allah...  
Ku persembahkan karya tulis ini ke hadapan yang tercinta  
Papa dan Mamaku  
dan semua yang telah memberi semangat dan dukungannya  
Kepadaku yang selalu ada dihati  
Terimalah tulisan ini sebagai tanda terima kasih  
Atas segala kasih sayang, pengorbanan dan do'a*

*Tiada kata seindah do'a  
Semoga Allah SWT mengampuni dan  
meridhoi  
Kita semua, Amin*

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar referensi.

**Padang,   februari 2011**

**ROBBY FIRNALDO TAN**  
**04.952.006**

	No. Alumni Universitas	<b>ROBBY FIRNALDO TAN</b>	No. Alumni Fakultas
	<b>BIODATA</b>		

a). Tempat/Tgl lahir: Padang,19 Mei 1986 b). Nama Orang Tua:Prof.DR.H.Firwan Tan SE,Mec,DEA,ing dan Fitriisia Mayeiti c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No.Bp: 04 952 006 f). Tgl Lulus: 22 Januari 2011 g). Predikat Lulus: Memuaskan h). IPK: 2,79 i). Lama Studi: 6 tahun j). Alamat Orang Tua:Komp.Pelangi Indah Kuranji, Padang-Sumbar

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi kasus PT.Telkom Cabang Padang divisi regional Sumatera Barat)**

**Skripsi S1 Oleh:Robby Fernaldo Tan, Pembimbing: DR.Vera Pujani , SE, M.Tec**

**ABSTRAK**

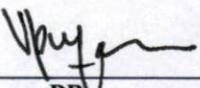
Penelitian ini menggunakan data *indepth interview* dimana data diperoleh dari perusahaan PT.Telkom itu sendiri serta pemakai dana CSR. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder diperoleh dari PT.Telkom itu sendiri. Pemilihan sampel menggunakan metode *indepth interview*. Ada pun hipotesis yang diajukan, Diduga program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT.Telkom,Tbk berpengaruh terhadap citra PT.Telkom di Padang divisi regional Sumatera Barat.Dimana PT.Telkom dapat bisa membatasi jumlah organisasi atau lembaga yang menjadi partnernya dalam program pembinaan UKM serta dapat berkomunikasi kepada publik sasaran program pembinaan ukm ini.

**ABSTRAK**

This study uses data *indepth interview* where data obtained from the company itself and the user PT.Telkom CSR funds. The data used are primary and secondary data obtained from PT Telkom itself. The sample selection method *indepth interview*. There is also the hypothesis, assumed its Corporate Social Responsibility (CSR), PT Telkom, PT Telkom Tbk affect the image in Padang, Sumatra Barat.Dimana PT.Telkom regional divisions can be limiting the number of organizations or agencies that are partners in SME development program and can communicate to the public-education program targets this ukm.

**Keyword: bauran non konvensional,pemasaran,efektif PR**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada 21 Januari 2011, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2.	3.
Nama Terang	<b>DR. Vera Pujani, SE, M. Tec</b>	<b>DR. Ratni Prima Lita, SE, MM</b>	<b>DR. John Edward, MM</b>

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen : **Dr. Harif Amali Rivai, SE, Msi**  
NIP.197102211997011001

\_\_\_\_\_  
Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/ Universitas Andalas dan mendapat nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas Andalas	
No. Alumni Fakultas:	Nama:	Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas:	Nama:	Tanda Tangan:

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan (studi kasus PT.Telkom.Tbk)**"

Pada kesempatan ini penulis dengan hormat dan kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafruddin Karimi, SE, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Bapak Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Program Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
3. Ibu Dra. Yanti, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Program Reguler Mandiri Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
4. Ibu DR.Vera Pujani,SE,M.Tec selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu guna memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak DR.John Edward MM dan Ibu Dr. Ratni Prima Lita,SE, MM selaku penguji pada ujian komprehensif yang telah memberikan arahan

dan saran-saran kepada penulis dan juga memberikan kepercayaan bagi penulis untuk menyanggah gelar akademik.

6. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar yang telah memberikan ilmunya selama menempuh pendidikan di program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Semua pegawai Biro Akademik Program Reguler Mandiri Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
7. Pak Risman, selaku Kepala bagian CSR Pada PT.Telkom.Tbk Cabang Padang yang telah bersedia meluangkan waktu, memberi informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Serta semua pihak yang telah memberi bantuan dan fasilitas yang sangat berguna bagi penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada ibunda dan ayahanda tersayang Fitriasia meiyeti dan Prof.DR.H Firwan Tan,SE,MEC,DEA,Ing yang telah memberikan yang terbaik bagi kehidupan penulis dan untuk doa, dorongan, perhatian, pengorbanan, dan kasih sayang yang tulus.
9. Teman,sahabat,serta uni saya,Lidya.A.Basko,Mega Wulandari Wilham wafdinus,Adib Arham,Nces,Yayad,Pa in,dan Cogik yang telah banyak membantu kelancaran pembuatan skripsi dan seminar.

10. Teman-Teman Manajemen '04 makasih untuk dukungan dan kebersamaanya semoga persahabatan kita tetap terjaga selamanya.

11. My Guardian Angel Adhana Agia, Skg , *thanks for ur support.*

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata dari penulis, mudah-mudahan hasil penelitian dan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dan penelitian sejenis.

Padang, Januari 2011

Robby Fernaldo Tan, SE

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan masalah .....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
1.3.1. Tujuan .....	8
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	9
1.3. Ruang Lingkup Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Corporate Social Responsibility (CSR) .....	10
2.1.2. Image/Citra perusahaan .....	19
2.2. Hipotesis .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	22
3.1. Objek Penelitian .....	22
3.2. Data Penelitian .....	22
3.3. Jenis Penelitian .....	23
3.4. Tipe Penelitian, Unit Analisis Dan Horizon Waktu .....	23
3.4.1. Tipe Penelitian .....	23

3.4.2. Unit Analisis Penelitian .....	23
3.4.3. Horizon Waktu .....	23
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian .....	24
3.5.1. Populasi .....	24
3.5.2. Sampel Penelitian .....	24
3.5.3. Menentukan Ukuran Sampel .....	24
3.6. Metode Penelitian .....	24
3.6.1. Pola pengumpulan data .....	24
3.6.2. Variabel Operasional .....	25
3.6.3. Daftar pertanyaan .....	26
3.6.4. Cara pengolahan data .....	28
3.7. Metode Analisis .....	28
3.7.1. Pengujian Instrumen .....	29
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	30
4.2. Rekapitulasi Hasil Wawancara .....	32
4.2.1. Karakteristik Responden .....	32
4.3. Analisa dan Pembahasan .....	34
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>45</b>
5.1. Kesimpulan .....	45
5.2. Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>48</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.6.2. Variabel Operasional Penelitian.....	25
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.4. Jawaban Responden Karyawan Secara Persentase .....	37
Tabel 4.5. Rekapitulasi Jawaban Responden Masyarakat.....	38
Tabel 4.6. Rekapitulasi Jawaban Responden Karyawan PT. Telkom,Tbk. Drive Sumbar .....	40
Tabel 4.7. Tabel Jawaban Responden Masyarakat Secara Persentase .....	42

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sketsa Pengaruh CSR Terhadap Image Perusahaan.....	44
--	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Masyarakat seluruh dunia, terutama Indonesia semakin berani untuk beraspirasi dan mengekspresikan tuntutan mereka terhadap perkembangan dunia bisnis. Apalagi dengan terjadinya krisis moneter di USA dan Eropa beberapa tahun terakhir ini, membuat Masyarakat semakin kritis dan mampu melakukan kontrol sosial terhadap dunia usaha. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan masyarakat sekitarnya. Sehingga, pelaku bisnis tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan dari lapangan usahanya melainkan juga diminta untuk memberikan kontribusi yang lebih bermanfaat terhadap lingkungan sosialnya.

Perubahan dalam kehidupan sosial dan pola pikir masyarakat terhadap lingkungan usaha memunculkan kesadaran baru tentang pentingnya melaksanakan apa yang kita kenal dalam banyak teori manajemen dengan istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau dalam banyak literatur biasa disebut dengan istilah "*Corporate Social Responsibility (CSR)*". Dengan demikian maka perusahaan atau korporasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri saja sehingga mengasingkan diri dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja, melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi sosial dan kultural dengan masyarakat disekitarnya. Konsep CSR memandang perusahaan sebagai agen moral, artinya dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah

perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang konsep CSR adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya. Salah satu prinsip moral yang sering digunakan adalah "golden rules", yang mengajarkan agar seseorang atau suatu pihak memperlakukan orang lain sama seperti apa yang mereka ingin perlakukan. Dengan begitu maka perusahaan yang bekerja dengan mengedepankan prinsip moral dan etis akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat.

Konsep CSR juga terkait dengan lingkungan usaha yang lebih luas misalnya perusahaan juga harus mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan yang lebih berat lagi seperti "ASEAN Free Trade Area (AFTA) 2003", aturan "World Trade Organization (WTO)", kesepakatan "Asian Pacific Economic Cooperation (APEC)", dan otonomi daerah. Seperti peraturan pemerintah tahun 2010, dimana komitmen presiden Susilo Bambang Yudhoyono untuk menurunkan emisi di Indonesia sebesar 26% - 41 % pada tahun 2020 "direct change". Kondisi ini menyebabkan perusahaan harus bekerja lebih efisien dan lebih kompetitif dengan berbagai cara misalnya : mengurangi jumlah tenaga kerja, menghemat biaya biaya operasional, menutup cabang lain yang tidak produktif, menjual sektor usaha yang bukan core bisnisnya, dan kebijakan kebijakan lainnya yang sesuai dengan keadaan keuangan dari masing-masing perusahaan.

Kondisi persaingan dalam bisnis sekarang ini, baik dari dalam maupun luar negeri menuntut supaya strategi usaha harus lebih tepat dan efektif agar kelangsungan hidup perusahaan tetap terjamin dengan baik. Menurut sudut pandang pebisnis, para eksekutif dan konsultan manajemen perusahaan

menunjukkan bahwa budaya perusahaan sangat berpengaruh terhadap pilihan kebijakan usaha dan sangat menentukan kinerja perusahaan itu sendiri. Namun, banyak studi empiris dalam ekonomi dan keuangan yang dilakukan kurang memberikan perhatian terhadap peranan penting dari budaya organisasi dalam menjelaskan perilaku perusahaan, terutama karena disebabkan oleh sulitnya mengukur dan mengkalkulasi budaya organisasi perusahaan. Selain itu juga disebabkan oleh minimnya teori ekonomi yang menyatakan bahwa budaya organisasi adalah salah satu penentu dalam kebijakan perusahaan. Seperti yang dikemukakan oleh Kreps (1990) dan Hermalin (2001), bahwa budaya organisasi sangatlah penting jika kita ingin memahami pilihan kebijakan perusahaan, terutama dalam kita mengukur kinerja sukses tidaknya usaha yang dilakukan. Kesuksesan pebisnis dalam teori Kreps dan Hermalin dikatakan sangat tergantung kepada keahlian pelaku bisnis dalam membaca situasi dan kondisi “*intern*” maupun “*extern*”, yaitu kejelian dan kepekaan nuansa perubahan yang sedang atau akan terjadi dan keluwesan mengatur sumber dana dan Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga sasaran dapat tercapai tanpa mengalami pengorbanan berlebihan di pihak manapun (Poesposotjibpto, 1996 : 53).

Untuk menghadapi kondisi persaingan tersebut, pengendalian faktor intern merupakan langkah strategis. Salah satu faktor intern perusahaan yang sangat penting dan mendasar bagi terciptanya kekuatan perusahaan yang harus diperhatikan adalah manajemen budaya perusahaan. Manajemen budaya perusahaan merupakan salah satu prinsip dasar dari manajemen SDM. SDM yang berkualitas akan memberikan pengaruh yang besar terhadap pencapaian hasil usaha yang terbaik. Oleh karena itu, budaya SDM dalam berkerja yang lebih

berkualitas dan produktif serta efisien harus ditegakkan secara terus menerus mulai dari puncak atau pemimpin supaya budaya tersebut dapat diterima dan dipatuhi oleh semua tingkatan manajemen.

PT. Telekomunikasi Indonesia yang biasa disingkat dengan istilah "Telkom" menciptakan gaya tersendiri dalam sektor keuangan di Indonesia, mereka memimpin pasar mulai dari telepon tidak bergerak kabel, telepon selular, solusi telekomunikasi korporasi, dan jaringan layanan teknologi informasi. Mereka selalu mengerahkan segenap daya untuk menghasilkan nilai unggul, menyediakan dan menyokong hasil yang berkesinambungan, melakukan solusi komprehensif untuk para pelanggan, memberikan kesempatan berkembang bagi para karyawan dan mitra bisnis, serta menciptakan kemajuan bagi masyarakat, bangsa dan dunia.

Sampai dengan 2007, jumlah pelanggan TELKOM mencapai 63 juta yang terdiri dari 8,7 juta pelanggan telepon tidak bergerak kabel, 6,4 juta pelanggan telepon tidak bergerak nirkabel, dan 47,9 juta pelanggan telepon selular, pertumbuhan pelanggan mencapai 29,9% pada tahun 2007. Dengan visi menjadi perusahaan InfoComm terkemuka di kawasan regional, TELKOM terus berusaha meningkatkan kualitasnya.

Sebagai bagian tak terpisahkan dari masyarakat maka TELKOM memiliki komitmen yang tinggi untuk mendukung dan melaksanakan CSR. Komitmen ini dipicu terutama dilatar belakangi oleh :

- Tuntutan lingkungan global terhadap pentingnya penetapan CSR dalam dunia usaha.

- Perubahan persepsi dalam hal komitmen manajemen Telkom yang menetapkan bahwa mengembangkan bisnis Telkom harus secara bersamaan dengan kegiatan mencerdaskan kehidupan masyarakat.
- CSR merupakan bagian dari pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik atau diistilah dalam banyak teori manajemen sebagai : "*Good Corporate Governance (GCG)*"
- Meningkatkan ekspektasi dari investor global terhadap implementasi CSR dalam dunia usaha.

Karenanya, TELKOM menempatkan CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya yang pelaksanaannya dipayungi oleh keputusan direksi. Filosofi kegiatan CSR di lingkungan TELKOM (selanjutnya disebut "TELKOM CSR") adalah bersifat "*integrated and strategic CSR*" yang tidak saja memperhatikan aspek "*generic social impacts*" untuk sekedar memitigasi dampak negatif dari operasional perusahaan dalam bentuk donasi sosial, tetapi juga melibatkan aspek "*value chain social impact and social dimensions of competitiveness*" (Laporan Social Activities, Telkom 2007).

Dimensi dari nilai penyampaian pelayanan yang diukur, yaitu :

1. Reliabilitas, yaitu kemampuan untuk memberikan services yang dijanjikan secara akurat.
2. Responsibilitas, yaitu kemampuan untuk konsumen dan memberi pelayanan yang cepat.
3. Kepastian, yaitu pengetahuan dan kebaikan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

4. Empati, yaitu penampakan kepedulian dan perhatian khusus terhadap pelanggan.
5. Hal-Hal nyata, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan personil, dan material komunikasi.

Program Bina Lingkungan (PBL) bertujuan untuk menciptakan suatu keadaan yang kondusif bagi TELKOM di dalam melaksanakan kegiatan operasional dan pengembangan perusahaan. Jadi, PBL ini lebih ditujukan kepada masyarakat yang berada di wilayah sekitar operasional TELKOM sehingga menjadi suatu tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat di sekitar lingkungan usaha. Implementasi dari BL ini berupa program derma (*charity*) dan program investasi sosial (*social investment*). Dana PBL digunakan untuk membiayai beberapa kegiatan, yaitu Bencana alam, pendidikan, kesehatan, prasarana dan sarana umum serta Bantuan sarana Ibadah. TELKOM pada tahun 2009 telah merealisasikan dana sebesar Rp. 15.300.971.910 yang terdistribusi.

Pada tahun 2009 PT.TELKOM,Tbk cabang Padang Divisi regional Sumatera Barat telah melakukan berbagai kegiatan sosial, yang terbagi atas :

1. Bantuan Bencana Alam, yaitu bantuan korban tanah longsor, korban kebakaran, korban banjir serta korban gempa bumi yang melanda kota Padang di Sumatera Barat.
2. Bantuan peningkatan pendidikan, yaitu bantuan beasiswa dari SD hingga SMU, Bantuan Pengembangan TPA dan Pondok Pesantren (PONTREN), bantuan untuk panti asuhan, bantuan untuk pelatihan tenaga pengajar tunanetra, bantuan untuk perpustakaan.

3. Bantuan Peningkatan kesehatan masyarakat, yaitu bantuan sunatan massal, bantuan untuk penderita bibir sumbing, bantuan biaya operasi bagi yang kurang mampu, bantuan imunisasi, bantuan untuk rehabilitasi narkoba.
4. Bantuan Peningkatan Sarana Dan Prasarana Umum, yaitu bantuan pembuatan sumur resapan, bantuan penyedia tepat sampah, bantuan penyediaan air bersih, bantuan pengembangan sarana umum/jalan, bantuan rehabilitasi gedung sekolah, bantuan pembuatan jamban, bantuan penghijauan kota, bantuan rehabilitasi Asrama PONPRES.
5. Bantuan untuk Sarana Ibadah, yaitu bantuan untuk pembangunan/renovasi Masjid/Mushola, bantuan untuk acara keagamaan, bantuan pembelian kelengkapan sarana ibadah.

Dr. David C Korten, menggambarkan bahwa dunia bisnis selama setengah abad terakhir telah menjelma menjadi institusi paling berkuasa di planet ini. Institusi yang dominan, di masyarakat manapun, harus mengambil tanggung jawab untuk kepentingan bersama, setiap keputusan yang dibuat, setiap tindakan yang diambil, harus dilihat dalam kerangka tanggung jawab terhadap kepeningan bersama. Apa yang dilukiskan oleh Korten sebetulnya telah sejak lama menjadi kesadaran bersama di banyak negara tentang betapa potensialnya pengaruh sepak terjang perusahaan atau masyarakatnya. Kekuasaan terpusat di tangan korporasi bisnis modern yang semakin memperlihatkan bahwa tindakan yang diambil korporasi membawa dampak yang nyata terhadap kehidupan manusia, terhadap individu, masyarakat, dan seluruh kehidupan di bumi ini. Antara lain dari fenomena inilah, kemudian muncul wacana tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat yang akhirnya dalam banyak buku manajemen biasa disebut

dengan istilah "*Corporate Social Responsibility*" atau disingkat dengan "CSR".

Dalam hal ini maka terdapat beberapa pertanyaan yang patut dijawab : berpengaruhkah kebijakan CSR tersebut terhadap budaya perusahaan?, benarkah berpengaruh pada peningkatan gambaran perusahaan dan produk perusahaan?, benarkah menumbuh kembangkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan atau korporasi akan memberikan dampak produk yang dihasilkan selalu dicari konsumen dan akan meningkatkan stabilitas perusahaan?.

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut secara ilmiah dan rasional maka diangkat menjadi sebuah tulisan skripsi yang penulis berikan judulnya adalah : "*Pengaruh Corporate social responsibility (CSR) terhadap image perusahaan (Studi Kasus PT.TELKOM,Tbk),cabang Padang Divisi regional Sumatera Barat.*

## **1.2. Perumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka esensial permasalahannya yang perlu dijawab adalah bagaimanakah program tanggung jawab sosial perusahaan "*Corporate Social Responsibility (CSR)*" PT.Telkom,Tbk mempengaruhi image perusahaan di Sumatera barat.

## **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1. Tujuan**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh CSR "*Corporate Social Responsibility*" PT.Telkom,tbk Cabang Padang divisi regional Sumatera

Barat terhadap citra PT.Telkom,Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

### **1.3.2. Manfaat Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai bagaimana sebuah perusahaan mampu bertanggung jawab terhadap lingkungannya.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu informasi untuk pengambilan keputusan dalam menentukan cara membangun sebuah image atau citra yang baik bagi perusahaan dalam kehidupan masyarakat banyak.
3. Strategi asing untuk mendapatkan pasar di Indonesia.

### **1.3. Ruang Lingkup Penelitian**

1. Strategi PT.Telkom,Tbk cabang Padang Divisi regional Sumatera Barat.
2. Penelitian ini akan lebih difokuskan pada studi tentang tanggung jawab sosial sebuah perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakatnya. Dalam konteks ini maka variabel-variabel yang diteliti adalah yang terkait dengan *Internal Variables* dan *External Variables* bagi sebuah perusahaan. Hal ini penting dalam rangka akhirnya menemukan bagaimana kinerja perusahaan itu terbentuk oleh isu strategis bisnis perusahaan yaitu "*Corporate Social Responsibility*" atau tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya, karena tidak jarang strategi ini selalu dimasukkan kedalam visi dan misi perusahaan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah merupakan sebuah tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan terhadap lingkungannya khususnya ditempat mereka melakukan kegiatan usahanya, dan hal ini sudah merupakan sebuah etika bisnis, sehingga sebuah perusahaan yang ingin melakukan kegiatan usahanya secara berkesinambungan, harus mau dan mampu menimplementasikan program-program CSR dengan sebaik baiknya.

Definisi CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan sustainability perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar profitability.

CSR akan lebih berdampak positif bagi masyarakat, ini akan sangat tergantung dari orientasi dan kapasitas lembaga dan organisasi lain, terutama pemerintah. Studi Bank Dunia (Howard Fox, 2002) menunjukkan, peran pemerintah yang terkait dengan CSR meliputi pengembangan kebijakan yang menyetakan pasar, keikutsertaan sumber daya, dukungan politik bagi pelaku CSR, menciptakan insentif dan peningkatan kemampuan organisasi. Untuk Indonesia, bisa dibayangkan, pelaksanaan CSR membutuhkan dukungan pemerintah daerah, kepastian hukum, dan jaminan ketertiban sosial.

Pemerintah dapat mengambil peran penting tanpa harus melakukan regulasi di tengah situasi hukum dan politik saat ini. Di tengah persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang dialami Indonesia, pemerintah harus berperan sebagai koordinator penanganan krisis melalui CSR. Pemerintah bisa menetapkan bidang-bidang penanganan yang menjadi fokus, dengan masukan pihak yang kompeten. Setelah itu, pemerintah memfasilitasi, mendukung, dan memberi penghargaan pada kalangan bisnis yang mau terlibat dalam upaya besar ini. Pemerintah juga dapat mengawasi proses interaksi antara pelaku bisnis dan kelompok-kelompok lain agar terjadi proses interaksi yang lebih adil dan menghindarkan proses manipulasi atau pengancaman satu pihak terhadap yang lain. Kesadaran tentang pentingnya CSR ini merupakan tren di kalangan korporasi baik di tingkat global maupun tingkat nasional. Hal ini sesuai dengan meningkatnya kepedulian korporasi terhadap masalah-masalah ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan disekitarnya, dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (HAM).

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam rangka CSR merupakan wahana yang dapat dipergunakan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, guna mendukung pencapaian Millenium Development Goals (MDGs).

CSR Indonesia bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran serta meningkatkan wujud nyata korporasi dalam program CSR. CSR Indonesia ini juga merupakan ajang penyebarluasan informasi mengenai prestasi dan kinerja korporasi dalam program tanggung jawab sosial perusahaan dan pemberdayaan masyarakat.

Sejalan dengan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) sebagai gerakan nasional pembangunan berbasis masyarakat dalam rangka penanggulangan kemiskinan, CSR Indonesia diharapkan dapat menjadi ajang pertukaran informasi dan acuan bagi Pemerintah, Perusahaan dan masyarakat untuk menselaraskan program-program yang telah dilakukan oleh masing-masing stakeholder. CSR berhubungan erat dengan "pembangunan berkelanjutan", di mana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau deviden melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih singkatnya CSR adalah suatu komitmen yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawannya, komunitas dan lingkungan sekitarnya, serta masyarakat luas.

Jadi selain mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada shareholder, perusahaan juga diharapkan memiliki perhatian kepada stakeholders. Penyebab

sebuah perusahaan atau seorang manajer dalam berperilaku etis atau non-etis dalam kerangka CSR dapat dipilah menjadi 3 faktor (*Corporate Social Responsibility*, Reza Rahman 2009) sebagai berikut :

### 1. Faktor pribadi

- Pengalaman pribadi ( agama, pengaruh keluarga ).
- Kebutuhan dan keinginan pribadi (prestise).

### 2. Faktor organisasi

- Hubungan vertikal (atasan-bawahan).
- Hubungan horizontal (sesama rekan kerja, baik dorongan maupun tekanan).
- Aturan tidak tertulis (nilai / norma / budaya perusahaan ).
- Aturan tertulis (AD / ART, PKB ).

### 3. Faktor lingkungan

- Pesaing ( dalam / luar negeri ).
- Aturan-aturan hukum pemerintah( PP / Perpu yang mengatur tentang bisnis, pajak, UMR, dll ).
- Nilai / norma sosial lingkungan sekitar.

Merupakan *ethical dilemma* (kode etik) tentang pro dan kontra CSR ini, antara mendahulukan kepentingan *shareholder* atau *stakeholders*, antara mencari *Economic Value Added* atau *Social Value Added*.

Di satu sisi perusahaan dituntut untuk dapat membuat / menjual produk sebanyak-banyaknya sehingga perusahaan memperoleh keuntungan yang maksimal. Di sisi lain timbul masalah-masalah ekonomi, sosial, budaya, kesehatan, lingkungan, dll, sebagai akibat dari tindakan-tindakan tidak etis yang

dilakukan baik secara / tidak secara sengaja oleh perusahaan. Di balik pro dan kontra tentang bagaimana mekanisme CSR yang mesti diterapkan oleh sebuah perusahaan, CSR sebenarnya dapat dipandang sebagai investasi masa depan bagi sebuah perusahaan. Dalam lingkungan masyarakat konsumen yang kritis, CSR dapat menciptakan *brand image* (citra positif) dari suatu perusahaan. *Brand image* tentu saja sangat berperan dalam mendongkrak volume penjualan, mempertahankan loyalitas konsumen lama, serta membangun / mengembalikan citra positif perusahaan yang sebelumnya (mungkin) sempat terdistorsi.

Seiring berjalannya waktu, perusahaan menjadi salah satu bagian sistem perekonomian yang sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Perusahaan diharapkan dapat memecahkan masalah pengangguran dengan cara menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat luas.

Majalah Business Week edisi 10 Juli 2005, menyatakan bahwa ada tahun 1999, 100 kekuatan ekonomi terbesar di dunia berada di tangan korporasi-korporasi global (Djarmiko, 2005). Studi yang dilakukan oleh Institute for Policy Studies menyatakan bahwa nilai penjualan dari 200 Perusahaan tersebar di dunia pada tahun 2000 jika digabung (US \$8,3 triliun = 27,5 % dari GDP Dunia) maka lebih besar daripada sepertiga dari aktivitas Perekonomian dunia (GDP 182 negara di dunia)(Andersen et.al., 2000). Sepertiga dari perdagangan dunia merupakan transaksi di antara unit-unit usaha perusahaan-perusahaan besar tersebut. Jumlah yang beredar yang sangat banyak di lingkungan bisnis membuat suatu perusahaan menjadi pusat kekuatan. Di Bursa Efek Jakarta, rata-rata nilai perdagangan harian adalah Rp 517 Milyar/hari dengan total kapitalisasi pasar

sebesar Rp. 426,6 triliun pada tahun 2003. Oleh karenanya, keputusan yang diambil oleh korporasi akan memberikan dampak nyata bagi kualitas kehidupan manusia, baik sebagai individu, masyarakat dan seluruh kehidupan manusia.

Dari sinilah maka timbul suatu konsep corporate social responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Konsep Corporate social responsibility menekankan bahwa perusahaan juga harus bertindak memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan, tidak hanya memenuhi keuntungan finansial. Perusahaan yang hanya mengejar keuntungan finansial tanpa melihat tanggung jawab sosial akan mendapatkan perlawanan dari masyarakat sekitar bahkan dari lembaga swadaya masyarakat (LSM) yang kegiatannya melintasi batas negara. Hal ini akan membuat perusahaan dapat terhenti keberlangsungan usahanya (Djatiko, 2005).

Menurut McIntosh et.al. (2003) , faktor pendorong semakin tingginya jeratan perusahaan terhadap konsep *Corporate Social Responsibility*, yaitu :

1. Pasar yang semakin mengglobal;
2. Pengetahuan ekonomi yang semakin meluas ;
3. Teknologi yang semakin berkembang secara global;
4. Kekuasaan dan tanggung jawab yang berada pada sebagian besar perusahaan internasional;
5. Kebutuhan yang semakin meningkat untuk kemitraan antara masyarakat sosial dan perusahaan, negara, dan sipil, untuk mencari solusi masalah lokal maupun global.

Makna *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan *Frustr for corporate govermance in Indonesia* (FCGI)

adalah bagaimana satu perusahaan dapat menjalankan nilai dan kegiatan sesuai dengan harapan dan kebutuhan dari pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) bagi perusahaan. *Stakeholders* di sini tidak hanya konsumen dan investor, tetapi juga pemasok, pegawai, komunitas, pemerintah, kelompok dengan kepentingan minoritas, dan masyarakat secara luas. Jadi, dalam hal ini SR mendeskripsikan suatu komitmen perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab serta *stakeholders*. Berkaitan dengan CSR yang memiliki hubungan erat dengan para *stakeholders* maka menurut kode Indonesia untuk *Good Corporate Governance* yang dirancang oleh *National Committee on corporate governance* (NCCG) pada bagian IV (enam) tentang *stakeholders* disebut mengenai (6.1) *stakeholders* dan (6.2) Partisipasi *stakeholders* dalam monitor pelaksanaan peraturan yang mempunyai kekuatan hukum oleh keputusan Direksi. Sehingga terdapat penegasan terhadap perlindungan hukum atas hak yang dimiliki *stakeholders*, baik dalam ganti rugi maupun pemerolehan informasi. Hal yang sama juga dinyatakan *organizaton for economic cooperation and Development* (OECD) terutama dalam prinsip ketiga mengenai peranan *stakeholders*.

Lebih jauh lagi John Elkington dalam bukunya : *Cannibals With Forks, the triple botom line of Tweatieth Century Business* ( 1997), menyatakan pemikirannya mengenai konsep Triple bottom line dalam istilah *economy prosperity, environmental quality, dan social justice*. Jadi, menurutnya terdapat segitiga *stakeholders* yang harus diperhatikan perusahaan dalam mencari laba, yaitu ekonomi , lingkungan , dan sosial.

Umumnya, kegiatan CSR ini berawal dari kedermawanan pemilik perusahaan. Mereka menyisihkan sebagian pendapatannya untuk membantu

masyarakat yang membutuhkan. Contoh para filantrop (dermawan), yaitu John D. Rochafeller, Bill Gates, Arifin Panigoro, Benny Subianto dan Putera Sampoerna. Mereka membantu masyarakat yang membutuhkan melalui dana dari perusahaan maupun dari kantor sendiri. Dan pada umumnya, melalui yayasan dan organisasi yang dimiliki oleh filantrop.

Selama beberapa tahun terakhir, semakin banyak perusahaan yang menerapkan CSR. Perusahaan semakin menyadari pentingnya tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan. Walaupun salah satunya dikarenakan adanya tekanan dari *stakeholders*. Sehingga dalam hal ini CSR mulai dilihat sebagai investasi dan juga bidang pemasaran dalam pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) bisnis perusahaan.

Dalam kancah global saat ini, CSR bahkan menjadi suatu problem bisnis yang kian penting misalnya, bank-bank di Eropa hanya bersedia menyerahkan kepada perusahaan yang sudah menerapkan CSR dengan tepat. New York Stock Exchange (NYSE) memiliki indeks yang menilai saham-saham yang dikategorikan sebagai *corporate sustainability*, dimana salah satu kriterianya adalah implementasi CSR (Dow Jones Sustainable, Indeks/DJSI), Indeks tersebut membantu tumbuhnya iklim "*sosial responsibility investment (SRI)*".

Di Indonesia sendiri, CSR mulai berkembang sekitar 3-4 tahun yang lalu. CSR ini mulai dipicu sejak kedatangan perusahaan multinasional di Indonesia. Dan kampanye awal untuk memperkenalkan konsep CSR ini dimulai saat kantor *American Free Labor Institute Congress of Industrial Organization (AFLI CIO)* di Jakarta serta Jakarta Urban Mission Melakukan pertemuan dengan para pekerja NIKE.

Perusahaan NIKE ini hanya mementingkan profit dan upaya menaikkan pendapatan, sementara kepentingan stakeholder (pekerja) diabaikan. Kedua badan tersebut menyoroti tentang kinerja NIKE yang berhasil membukukan profit sebesar \$ 180 juta per tahun dan belanja advertising untuk Michael Jorda sebesar # 270 per tahun (suziani, 1999:3, seperti di dalam Kem, 2001).

Belakangan ini konsep CSR diharapkan dapat meningkatkan nilai (value added) bagi perusahaan. Tidak hanya dilihat dari segi finansial perusahaan, tetapi juga dilihat dari segi non-finansial perusahaan. Berdasarkan survei sebelumnya yang telah dilakukan oleh The Millenium Poll on Corporate Social Responsibiity (1998), terdapat hubungan langsung dan positif antara kinerja sosial perusahaan dan kinerja keuangan.

Selain itu dalam artikel Wall Street Jornal (9/23/99, 11/18/9) dilaporkan bahwa di Amerika (U.S) dalam survei online terhadap 15.000 responden, perusahaan-perusahaan yang mendemonstrasikan visi, inovasi, tanggung jawab sosial, dan daya tarik emosional ketika mempertahankan kinerja ekonomi yang kuat adalah perusahaan-perusahaan dengan reputasi terbaik.

Dan lebih jauh lagi studi yang dilakukan Business and Society (1997), menemukan bahwa tidak adanya tanggung jawab sosial dapat berdampak negatif terhadap profitabilits perusahaan baik jangka panjang maupun jangka pendek.

Hasil akhir dari implementasi CSR ini tentu saja juga kembali kepada peningkatan corporate value yang akhirnya berpulang kepada shareholder lagi.

### 2.1.2. Image/Citra perusahaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian citra adalah:

1. kata benda: gambar, rupa, gambaran.
2. gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk.
3. kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi
4. data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi.

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra.

Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

Jefkins (2003) menyebutkan beberapa jenis citra (*image*). Berikut ini lima jenis citra yang dikemukakan, yakni:

1. Citra bayangan (*mirror image*). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi—biasanya adalah pemimpinnya—mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya
2. Citra yang berlaku (*current image*). Adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.

3. Citra yang diharapkan (*wish image*). Adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
4. Citra perusahaan (*corporate image*). Adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. Citra majemuk (*multiple image*). Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.

Soemirat dan Ardianto (2004) menjelaskan efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. *Public Relations* (PR) digambarkan sebagai input-output, proses intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Berikut ini adalah bagan dari orientasi PR, yakni *image building* (membangun citra) sebagai model komunikasi dalam PR yang dibuat oleh Soemirat dan Ardianto:

Efektivitas PR di dalam pembentukan citra (nyata, cermin dan aneka ragam) organisasi, erat kaitannya dengan kemampuan (tingkat dasar dan lanjut) pemimpin dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh praktek berorganisasi (*job design, reward*

*system*, komunikasi dan pengambilan keputusan) dan manajemen waktu/ perubahan dalam mengelola sumberdaya (materi, modal dan SDM) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang. Hal ini tentunya erat dengan penguasaan identitas diri yang mencakup aspek fisik, personal, kultur, hubungan organisasi dengan pihak pengguna, respons dan mentalitas pengguna (Hubeis, 2001).

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih, atau abu-abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta.

Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Itu berarti citra tidak seharusnya “dipoles agar lebih indah dari warna aslinya”, karena hal itu justru dapat mengacaukannya (Anggoro, 2002).

## **2.2. Hipotesis**

Berdasarkan perumusan diatas dapat dirumuskan hipotesa sebagai berikut:

Diduga program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) PT.Telkom,Tbk berpengaruh terhadap citra PT.Telkom di Padang divisi regional Sumatera Barat.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Objek Penelitian

Objek yang dijadikan penelitian adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom), Tbk, Cabang Padang divisi regional Sumatera Barat. Kegiatan yang diteliti adalah yang terkait dengan citra perusahaan ini dalam hubungan dengan fungsinya atau tanggung jawabnya terhadap masyarakat lingkungannya dan masyarakat sebagai pengguna jasa-jasa perusahaan.

#### 3.2. Data Penelitian

Data yang dibutuhkan adalah informasi langsung dari responden terpilih atau dalam istilah teoritis disebut data primer. Data primer ini adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari responden yang didapatkan dari wawancara (*indepth interview*). Dalam proses wawancara komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab, artinya antara interviewer dan responden berada dalam keadaan hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal, cara ini sangat penting dalam penelitian karena dapat pula selama berjalannya tanya-jawab ditangkap perasaan, emosi, motif, serta pemahaman yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan. Disinilah terletak keunggulan dari metode wawanara.

### **3.3. Jenis Penelitian**

Atas dasar tujuan penelitian, penelitian ini bersifat verifikatif dan deskriptif. Penelitian deskriptif maksudnya adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel (bauran pemasaran non konvensional). Sifat penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

### **3.4. Tipe Penelitian, Unit Analisis Dan Horizon Waktu**

#### **3.4.1. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian bersifat penditeksian korelasi antara program CSR dengan *perasaan, emosi, motif, serta pemahaman yang dimiliki oleh responden terpilih atau mereka yang sebagai pengguna dan pelaksana dari program CSR, disini yang akan diditeksi adalah nilai kepuasan dan kendala serta pemasalahan yng sedang dihadapi oleh perusahaan.*

#### **3.4.2. Unit Analisis Penelitian**

Unit analisis penelitian ini adalah diskriptif, karena karyawan dan masyarakat yang dijadikan sebagai responden. Dan pimpinan unit pelaksana CSR di perusahaan juga ikut diwawancarai dalam rangka menemukan tingkat kepuasan, permasalahan, dan pemahaman dilihat dari kaca mata pimpinan pelaksana.

#### **3.4.3. Horizon Waktu**

Horizon waktu dalam penelitian ini adalah *crosssectional*, karena pengumpulan informasi dari sampel responden hanya sekali dikumpulkan langsung di tempat kejadian.

### **3.5. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.5.1. Populasi**

Populasi pada penelitian ini adalah karyawan dari PT.Telkom.Tbk cabang Padang serta masyarakat yang terlibat program CSR PT.Telkom,Tbk, sebanyak 10 orang, termasuk pimpinan unit pelaksana.

#### **3.5.2. Sampel Penelitian**

Dalam penentuan sampel penelitian dilakukan secara acak berdasarkan fungsi dan peran responden yang dianggap bisa mewakili dalam konteks memberikan informasi yang relevan untuk penelitian ini. Untuk itu terpilih 10 responden yang akan diwawancarai, penulis menggunakan metode wawancara (*indepth interview*). Indepth interview adalah teknik penelitian untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang mempunyai anggota/ unsur yang tidak homogeny dan berstrata secara bertingkat.

#### **3.5.3. Menentukan Ukuran Sampel**

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan oleh Krejcie dan Morgan dalam Sekaran (2006). Berdasarkan tabel tersebut, populasi (N) 100 dengan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebanyak 10% maka diperoleh sampel sebanyak 10 orang.

### **3.6. Metode Penelitian**

#### **3.6.1. Pola pengumpulan data**

Penelitian ini menggunakan alat Indepth Interview yang dilakukan terhadap :

1. Karyawan PT.Telkom cabang Padang yang dipilih secara acak sehingga ditetapkan sebanyak 5 orang.
2. Masyarakat yang dalam hal ini mereka pemakai dana CSR dan dipilih metode penelitian secara acak sebanyak 5 orang.
3. Manajer Unit CSR PT.Telkom Cabang Padang dalam hal ini difokuskan untuk mendapatkan informasi tentang strategi mengimplementasikan CSR serta kesulitan.

### 3.6.2. Variabel Operasional

**Tabel 3.6.2.**

**Variabel Operasional Penelitian**

Variabel	Sub Variabel (Dimensi)	Indikator
(1)	(2)	(4)
<b>CSR (X)</b>	Program CSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pekerjaan</li> <li>➤ Karyawan</li> <li>➤ Lingkungan hidup</li> <li>➤ Profit</li> </ul>
	Kontribusi terhadap perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Financial</li> <li>➤ Image</li> </ul>
	Kendala program CSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Karyawan</li> <li>➤ Lingkungan hidup</li> <li>➤ Profit</li> </ul>
<b>IMAGE PERUSAHAAN (Y)</b>	Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ tingkat kepentingan pelayanan yang diberikan</li> <li>➤ kinerja pemberi pelayanan dalam memberikan pelayanannya</li> </ul>
	Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ jumlah gangguan per pelanggan</li> <li>➤ kecepatan pelayanan</li> <li>➤ kecepatan menanggapi pengaduan pelanggan</li> </ul>

*Sumber: corporate social responsibility/REZA RAHMAN(2009)*

### 3.6.3. Daftar pertanyaan

❖ Daftar pertanyaan yang akan dilakukan wawancara terhadap karyawan, sebagai berikut ini:

1. Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom, Tbk Cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan?
2. Menurut anda program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom, Tbk Cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?
3. Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?
4. Bagaimana kontribusi PT. Telkom, Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?
5. Adakah kontribusi PT. Telkom, Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR?
6. Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.
7. Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?
8. Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?

9. Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?
  10. Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?
- ❖ Daftar pertanyaan yang akan dilakukan wawancara terhadap karyawan,sebagai berikut ini:
1. Menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?
  2. Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?
  3. Menurut anda kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?
  4. Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di sumatera barat?
  5. Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?
  6. Apa saja jenis kegiatan PT Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?
  7. Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom,cabang Padang dalam mendukung go green product.

8. Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat

#### **3.6.4. Cara pengolahan data**

Dari tiga kelompok responden diatas akan dilihat besaran frekuensi jawabannya, yang dalam hal ini diklasifikasikan menjadi tiga jenis jawaban atau tingkat kepuasan responden yang bersangkutan terhadap CSR perusahaan, jawaban-jawaban tersebut yang selanjutnya tentu akan dapat dianalisa untuk mendapatkan gambaran tentang citra perusahaan terhadap masyarakat. Untuk itu maka didalam tabulasi jawaban responden dievaluasi, kemudian diklasifikasikan kedalam 3 kelompok jawaban yaitu :

1. Jawaban yang dikategorikan sebagai jawaban yang memberikan informasi bahwa program CSR sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan, disingkat dengan istilah (SB).
2. Jawaban yang dikategorikan sebagai jawaban yang memberikan informasi bahwa program CSR kurang berpengaruh terhadap citra perusahaan, disingkat dengan istilah (KBP).
3. Jawaban yang dikategorikan sebagai jawaban yang memberikan informasi bahwa program CSR tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan, disingkat dengan istilah (TBP).

#### **3.7. Metode Analisis**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengujian rekapitulasi distribusi frekuensi jawaban-jawaban hasil

interview. Jawaban-jawaban tersebut akan dikaji dan dianalisa dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi. Sehingga secara prosentase akan dapat terlihat jawaban yang berindikasi SB, KBP, dan TB, mana diantara tiga kelompok jawaban ini yang paling dominan, apakah SB yang terdominan atau KBP atau TB, masing-masing akan memberikan gambaran implementasi yang berbeda-beda terhadap citra perusahaan atas progam CSR.

### **3.7.1. Pengujian Instrumen**

Sebelum instrumen digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan maka dilakukan dahulu uji coba untuk mendapatkan instrumen yang sah (valid) dan handal (reliable) secara empiris.

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Yang dikenal sebagai TELKOM atau Perseroan merupakan suatu perusahaan negara yang bergerak di bidang informasi dan komunikasi (InfoCom) serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi secara lengkap (*Full service and network provider*) yang terbesar di Indonesia TELKOM berdiri pada tanggal 11 Januari 1901. Kegiatan bisnis TELKOM terdiri dari 5 (lima) pilar, yaitu :

1. Jasa telepon kabel tetap (TELKOM Phone), yang *terdiri dari personal line, corporate line*, dan wartel serta telepon umum;
2. Jasa telepon bergerak (TELKOMSEL), yang terdiri dari prepaid services (simPATI) dan postpaid services (Halo)
3. Network dan Interkoneksi (TELKOM intercarier), yang terdiri dari interconnection services dan jasa penyewaan jaringan
4. Data dan internet, yang terdiri dari *leased channel service atau jasa penyewaan channel* (TELKOM Link) Internet service (TELKOMNet), VoIP (TELKOM Save dan Global 017), dan servis SMS (dari TELKOMSEL, TELKOMFlexi, dan TELKOM SMS), dan terakhir
5. Akses tetap tanpa kabel (Fized Wireless Access) (TELKOM Flexi), yang terdiri dari Prepaid Services (*flexi trendy*) dan Postpaid services (*flexi classy*).

Dengan visi : *"To become a leading InfoCom player in the region"*.  
TELKOM berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan InfoCom terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke Kawasan Asia Pasifik. Dan memiliki misi : "TELKOM mempunyai misi memberikan layanan" *One Stop InfoCom*" dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif." TELKOM akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalkan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis.

Kepemilikan saham TELKOM saat ini dimiliki oleh pemerintah RI sebesar 51.19 % dan oleh Publik 48.81%. sebagian dimiliki oleh investor asing sebesar 45.58% dan sisanya oleh investor lokal sebesar 3.23% dengan kapitalisasi pasar untuk saham TELKOM saat ini berkisar 15% dari total kapitalisasi pasar BEJ. Pada akhir September 2005 TELKOM memiliki saham mayoritas di 9 (sembilan) anak perusahaan, termasuk di PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel).

TELKOM memiliki suatu kegiatan yang bernama TELKOM Peduli. TELKOM Peduli merupakan suatu program pemerintah yang ditujukan untuk meningkatkan kegiatan pertumbuhan ekonomi dan terciptanya pemerataan pembangunan nilai perluasan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha. TELKOM melihat bahwa potensi usaha kecil dan koperasi agar menjadi tangguh dan mandiri sehingga dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat serta

mendorong tumbuhnya kemitraan antara usaha besar /BUMN dengan usaha kecil dan koperasi di seluruh Indonesia.

TELKOM Peduli berupaya untuk melakukan *corporate social responsibility* (CSR) dalam berbagai aspek kehidupan. Kegiatan ini terbagi menjadi 5 (lima) hal, yaitu :

1. Program magang industri
2. Pembinaan usaha kecil
3. Kegiatan sosial
4. Keagamaan
5. Kebudayaan dan olah raga.

#### **4.2. Rekapitulasi Hasil Wawancara**

Untuk membuktikan pengaruh program Corporate Social Responsibility terhadap citra perusahaan PT.Telkom cabang Padang Divisi Sumatera Barat maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada 10 orang di antaranya karyawan PT.Telkom Cabang Padang yang dianggap mewakili keseluruhan populasi. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, dengan cara mewawancarai responden. Dimana pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup dan terstruktur.

##### **4.2.1. Karakteristik Responden**

Dalam penelitian ini deskripsi karakteristik responden hanya ditujukan untuk menggambarkan karakteristik responden semata, bukan ditujukan untuk

proses penganalisaan lebih lanjut, deskripsi karakteristik responden ini akan dikelompokkan berdasarkan kelompok jenis, pekerjaan, dan usia.

**Tabel 4.1.**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis	Banyaknya	Pesentase
Laki-laki	7	70
Perempuan	3	30
Total	10	100

Sumber : data diolah

Pada table 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak dalam penelitian ini yaitu responden laki-laki dengan komposisi 70% dan 30% berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 4.2.**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/BUMN/Pegawai Swasta	5	50
Wiraswasta/usaha sendiri	4	40
Ibu Rumah Tangga	1	10
Total	10	100

Sumber : data responden

Pada table 4.2 dapat dilihat bahwa menurut pekerjaan responden yang paling banyak adalah PNS/BUMN/Pegawai Swasta dengan persentase 50%. Dan secara berturut-turut wiraswasta 40%, ibu rumah tangga 10%.

Sedangkan berdasarkan usia karakteristik responden dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini.

Tabel 4.3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Batasan umur	jumlah	Persentase
17 s/d 24 Tahun	-	
25 s/d 32 Tahun		
33 s/d 40 Tahun	4	40
41 s/d 48 Tahun	6	60
>48 Tahun	-	
Total	10	100

Sumber : Hasil Olahan

Dari table di atas diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah responden yang memiliki tingkatan usia antara 33 sampai 40 tahun dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 4 orang atau 35% dari total seluruh responden. Sedangkan responden yang paling banyak adalah yang memiliki tingkatan usia di atas 48 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau 65% dari keseluruhan responden.

#### 4.3. Analisa dan Pembahasan

Dapat ditarik ringkasan dari interview yang dilakukan oleh peneliti terhadap karyawan PT.Telkom serta masyarakat yang terlibat program *Corporate Social responsibility* adalah sebagai berikut :

1. Pihak PT Telkom Tbk cabang Padang perlu lebih meningkatkan mutu dan kualitas pada program CSR, karena baik buruknya citra suatu program akan ditentukan atas manfaat yang dirasakan karyawan serta konsumen itu sendiri yang dimana sebagai masyarakat. Aspek kualitas pelayanan ini harus dipandang sebagai sesuatu yang bersifat luas, dalam arti tidak hanya penekanannya pada aspek hasil kerja semata melainkan juga pada aspek

proses, lingkungan dan manusia, sebab kualitas merupakan kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2. Implikasi lain yang perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan citra perusahaan adalah bagaimana menciptakan daya tarik perusahaan untuk menarik perhatian masyarakat agar mau menggunakan jasa telekomunikasi. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat dan terarah, seperti strategi promosi yang efektif dan efisien dalam bentuk periklanan, promosi, personal selling dan publitas, termasuk produk-produk jasa PT.Telkom yang lebih pada go green product, agar dapat memiliki daya tarik dan ditawarkan pada masyarakat pengguna jasa telekomunikasi.
3. Untuk lebih meningkatkan citra perusahaan, pihak manajemen perlu memberikan perhatian yang serius terhadap pengembangan program *Corporate social responsibility*, dalam arti kata peningkatan ilmu pengetahuan, keterampilan dan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat agar tepat sasaran serta pengembangan sumber daya manusia merupakan aspek yang tidak dapat diabaikan.

Berdasarkan hasil analisa ditemukan bahwa pengaruh Corporate social responsibility terhadap image perusahaan PT.Telkom cabang kota Padang Divre Sumatera Barat. Hasil yang ditemukan tersebut didukung oleh baiknya peran yang dilakukan para karyawan PT Telkom dalam memberikan dana CSR dalam program Bina Mitra atau UKM-UKM,. Mampunya pihak PT.Telkom dalam menjaga konsistensi dalam memberikan dana bina mitra Telkom kepada masyarakat yang sangat membutuhkan adalah factor utama yang membuat citra

positif perusahaan dimata nasabah semakin tinggi. Rangkuti (2001) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah salah satu factor yang memiliki pengaruh dominan terhadap citra sebuah perusahaan., kualitas pelayanan akan terlihat apabila harapan yang diharapkan konsumen atau nasabah pada saat menggunakan produk atau jasa dapat direalisasikan dengan baik. Elemen-elemen kualitas pelayanan yang menentukan citra perusahaan adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Citra perusahaan akan meningkat apabila perusahaan mampu menciptakan rasa puas dalam diri konsumen atau nasabah yang menggunakan jasa perusahaan tersebut.

**Tabel 4.4.**  
**JAWABAN RESPONDEN KARYAWAN SECARA PERSENTASE**

No	PERTANYAAN	REKAPITULASI PERTANYAAN (%)	CODING	TEMA
1.	Bagaimana menurut Anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan?	100 %	TB	Kinerja Karyawan
2.	Menurut Anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?	90 % 10 %	SB KBP	Lingkungan
3.	Bagaimana menurut Anda Program CSR PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?	70 % 15 % 15 %	KBP SB TB	Finansial Perusahaan
4.	Bagaimana kontribusi PT. Telkom,Tbk Cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?	100 %	SB	Finansial Perusahaan
5.	Adakah kontribusi PT. Telkom, Tbk Cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR?	90 % 10 %	SB KBP	Citra
6.	Menurut Anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom?	80 % 20 %	SB KBP	Citra Keuntungan Perusahaan
7.	Menurut Anda kendala PT. Telkom,Tbk Cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?	100 %	KBP	Kinerja Karyawan
8.	Apa target PT. Telkom, Tbk Cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya?	80 % 20 %	TB SB	Kinerja
9.	Menurut Anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?	100 %	KBP	Finansial
10.	Bagaimana menurut Anda bantuan dari pihak luar selain PT. Telkom, Tbk Cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan?			

37 Note : SB = Sangat berpengaruh  
KBP = Kurang berpengaruh  
TP = Tidak berpengaruh

**Tabel 4.5.**  
**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN MASYARAKAT**

No	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN															REKAPITULASI (%)				
		1			2			3			4			5			SB	KBP	TB		
		SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB					
1.	Bagaimana menurut Anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?	✓				✓			✓			✓				✓			20	80	-
2.	Bagaimana menurut Anda program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?	✓			✓			✓			✓			✓					100	-	-
3.	Menurut Anda kontribusi PT. Telkom,Tbk Cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?	✓			✓					✓		✓		✓					20	15	15
4.	Adakah kontribusi PT. Telkom,Tbk Cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di Sumatera Barat?		✓			✓				✓			✓			✓			-	20	80

Note : SB = Sangar berpengaruh  
 KBP = Kurang berpengaruh  
 TP = Tidak berpengaruh

No	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN															REKAPITULASI (%)		
		1			2			3			4			5			SB	KBP	TB
		SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB			
5.	Menurut Anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom?	✓			✓			✓			✓			✓			100	-	-
6.	Apa saja jenis kegiatan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?	✓			✓			✓						✓			100	-	-
7.	Dalam bentuk apa saja program CSR PT. Telkom,Tbk Cabang Padang dalam mendukung go green product.	✓			✓			✓			✓			✓			80	20	-
8.	Bagaimana menurut Anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT. Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.	✓			✓			✓			✓			✓			100	-	-

Note : SB = Sangar berpengaruh  
 KBP = Kurang berpengaruh  
 TP = Tidak berpengaruh

**Tabel 4.6.**  
**REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN KARYAWAN PT. TELKOM,Tbk. DRIVE SUMBAR**

No	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN															REKAPITULASI (%)		
		1			2			3			4			5			SB	KBP	TB
		SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB			
1.	Bagaimana menurut Anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan?			✓		✓					✓		✓		✓		-	-	100
2.	Menurut Anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?	✓			✓				✓		✓			✓			90	10	-
3.	Bagaimana menurut Anda Program CSR PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?			✓		✓			✓		✓		✓				15	70	15
4.	Bagaimana kontribusi PT. Telkom,Tbk Cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?	✓			✓			✓		✓			✓				100	-	-

40 Note : SB = Sangar berpengaruh  
 KBP = Kurang berpengaruh  
 TP = Tidak berpengaruh

No	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN															REKAPITULASI			
		1			2			3			4			5			(%)			
		SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	SB	KBP	TB	
5.	Adakah kontribusi PT. Telkom,Tbk Cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR?	✓			✓			✓				✓			✓			90	10	-
6.	Menurut Anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom?		✓		✓			✓			✓				✓			80	20	-
7.	Menurut Anda kendala PT. Telkom,Tbk Cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?		✓			✓			✓			✓			✓			-	100	-
8.	Apa target PT. Telkom,Tbk Cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya?			✓	✓					✓			✓	✓				20	-	80
9.	Menurut Anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?		✓			✓			✓				✓		✓			-	100	-
10.	Bagaimana menurut Anda bantuan dari pihak luar selain PT. Telkom,Tbk Cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan?	✓			✓			✓				✓			✓			100	-	-

14 Note : SB = Sangat berpengaruh  
 KBP = Kurang berpengaruh  
 TP = Tidak berpengaruh

**Tabel 4.7.**  
**JAWABAN RESPONDEN MASYARAKAT SECARA PERSENTASE**

No	PERTANYAAN	REKAPITULASI PERTANYAAN (%)	CODING	TEMA
1.	Bagaimana menurut Anda Program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?	100 %	TB	Kinerja Karyawan
2.	Bagaimana menurut Anda program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?	90 % 10 %	SB KBP	Lingkungan
3.	Menurut Anda kontribusi PT. Telkom,Tbk Cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?	70 % 15 % 15 %	KBP SB TB	Finansial Perusahaan
4.	Adakah kontribusi PT. Telkom, Tbk Cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di Sumatera Barat?	80 % 20 %	TB KBP	Finansial Perusahaan
5.	Menurut Anda diminta masyarakat program CSR yang dilaksanakan PT. Telkom,Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom?	100 %	SB	Citra / Image
6.	Apa saja jenis kegiatan PT. Telkom,Tbk Cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?	100 %	SB	Citra dan Produk
7.	Dalam bentuk apa saja program CSR PT. Telkom,Tbk Cabang Padang dalam mendukung go green product.	90 % 20 %	SB KBP	Lingkungan
8.	Bagaimana menurut Anda program CSR ini dimata masyarakat terhadap citra PT. Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.	100 %	SB	Image dan Citra

Note : SB = Sangat berpengaruh  
KBP = Kurang berpengaruh  
TP = Tidak berpengaruh

Dapat diambil kesimpulan dari responden presentase terbanyak dan presentase terkecil, maka didapatkan rumusan seperti di bawah ini :

**RUMUSAN I** : Dimana dapat dilihat bahwa program CSR PT. Telkom Cabang Padang Divisi regional Sumatera Barat sangat tidak berpengaruh dikarenakan program tidak dapat meningkatkan kinerja karyawan.

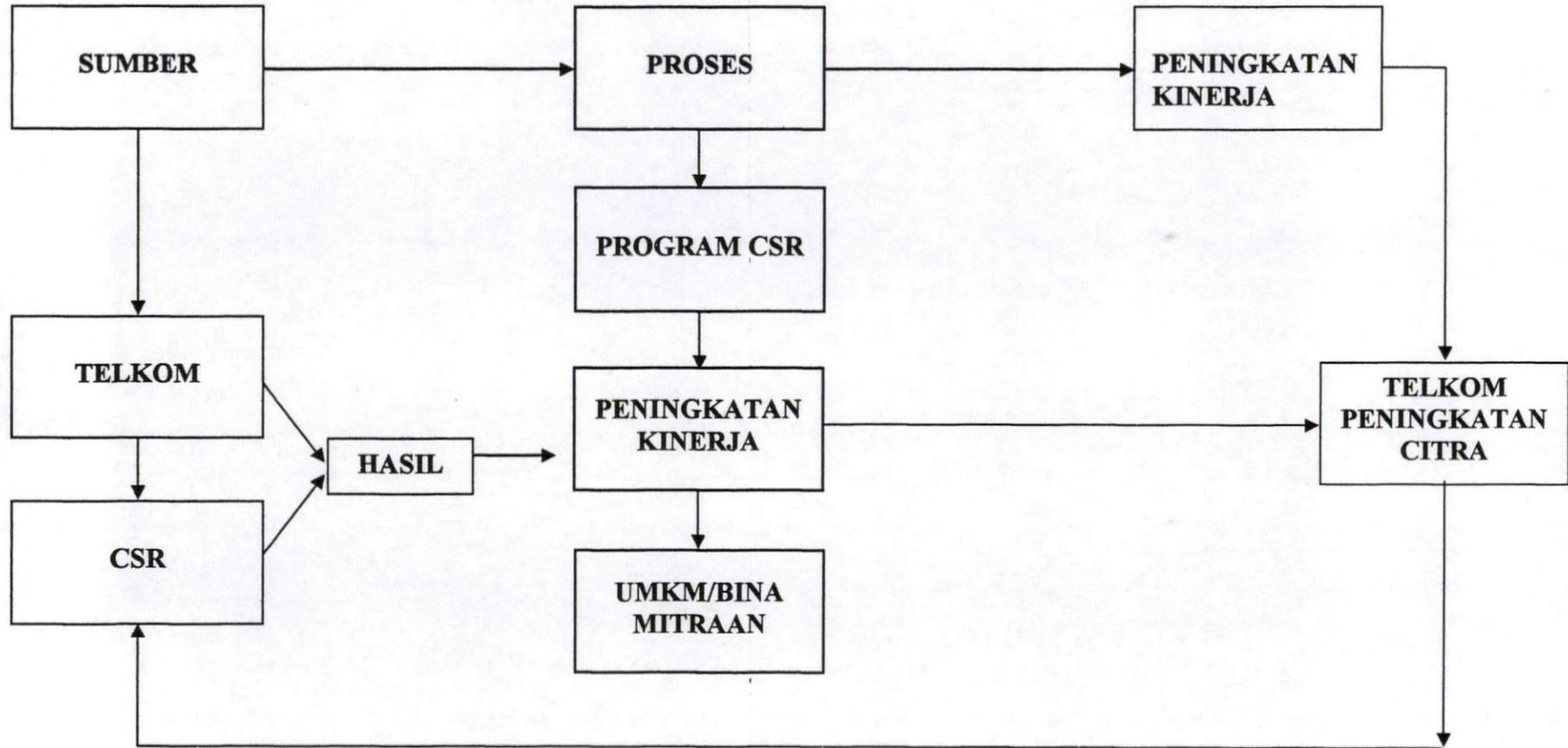
**RUMUSAN II** : Dimana dapat kita lihat bahwa apa yang diberikan PT. Telkom divisi regional Sumatera Barat Sangat meningkatkan Citra atau image sebuah perusahaan maupun pada produk perusahaan ini.

**RUMUSAN III** : Dimana dapat kita lihat bahwa produk lingkungan yang diprogramkan PT. Telkom Cabang Sumatera Barat kurang berpengaruh pada citra Telkom itu sendiri tetapi karena tidak memberikan pengaruh yang sangat signifikan pada citra PT. Telkom.

**RUMUSAN IV** : Dapat dilihat secara finansial serta profit kurang berpengaruh pada alur keuangan PT. Telkom karena terlalu menfokuskan pada program-program UKM

**RUMUSAN VI** : Program CSR sangat berpengaruh terhadap image perusahaan. Terlebih dengan banyaknya permintaan sebagai bina mitra tetapi terkendala di dana yang diberikan tidak mencukupi kapasitas yang diinginkan oleh masyarakat.

Gambar 1.  
SKETSA PENGARUH CSR TERHADAP IMAGE PERUSAHAAN



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

PT. Telkom divre Sumbar melakukan program “*corporate social responsibility*” “pembinaan UKM” dengan alasan karena sebagian usaha di Sumatera Barat merupakan usaha kecil menengah (UKM). Oleh karena itu, dengan program pembinaan ukm ini diharapkan UKM di Sumatera Barat maju dan bisa lebih berkembang dan lebih menyerap lebih banyak tenaga kerja yang pada akhirnya diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Sumatera Barat. Tujuan dari pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* pembinaan UKM adalah untuk membentuk citra positif PT.Telkom bagi publiknya. Citra positif ini diharapkan dapat membantu PT.Telkom Divre Sumatera Barat jika menghadapi krisis di kemudian hari.

Penelitian kali ini bertujuan adakah pengaruh antara konsep CSR terhadap citra atau image PT.Telkom Divre Sumatera Barat. responden dalam penelitian ni adalah karyawan PT.Telkom dan pengusaha UKM yang menerima bantuan dalam program pembinaan UKM, yang berjumlah 10 orang.

Ternyata setelah dilakukan analisa, dibuktikan adanya pengaruh antar konsep CSR terhadap citra PT.Telkom Divre Sumatera Barat dalam pembinaan UKM. Pengaruh ini bersifat linear (searah) dimana (konsep CSR) sebesar satu satuan variabel yang mengakibatkan kenaikan (citra PT Telkom Divre Sumatera Barat) 55%. Hubungan antara pengaruh *corporate social responsibility* dengan

citra PT.Telkom Divre Sumatera Barat juga dapat dikategorikan kuat karena koefisien nya sebesar 55 %

## 5.2. Saran

Ada beberapa hal yang bisa dilakukan untuk meningkatkan konsep *corporate social responsibility* yang pada akhirnya akan meningkatkan citra PT.Telkom Divre Sumatera barat,dimana saran ini diambil dari analisis, yaitu :

- PT.Telkom Divisi regional Sumatera barat bisa membatasi jumlah organisai atau lembaga yang menjadi partnernya dalam program pembinaan UKM untuk meminimalisasi terjadinya citra majemuk.Dimana citra majemuk ini dapat timbul dari citra yang dapat muncul dari banyaknya pegawai atau tidak seragamnya atribut yang dimiliki oleh perusahaan.
- Harus selalu berpegang pada empat proses PR yang diungkapkan oleh Cutlip,center and broom dalam bukunya efektif PR,yang terdiri dari mendefinisikan masalah,perencanaan dan program,pelaksanaan dan komunikasi serta evaluasi.Agar dapat merancang program corporate social responsibility yang sesuai dengan keinginan publik.
- PT.Telkom harus selalu melakukan komunikasi kepada publiknya apakah itu kepada publik secara luas maupun kepada pengusaha UKM sebagai publik sasaran program pembinaan UKM ini.Komunikasi ini sangat diperlukan untuk menghindarkan prasangka-prasangka negatif yang timbul dalam benak publik karena kurangnya informasi yang dimiliki atau didapat oleh publik.

## DAFTAR PUSTAKA

- PT. Telkom, Tbk (31Desember2007), *Laporan Social Activities 2006*, Jakarta
- Bambang Rudito dan Melia famiola, (febuari 2007) Etika bisnis dan tanggung jawab perusahaan di Indonesia, Penerbit rekayasa sains, Bandung
- Sambutan menteri Negara lingkungan hidup, (23 agustus 2006) pada seminar sehari "*A promise of gold rating: sustainable CSR*", diambil dari [www.menlh.go.id](http://www.menlh.go.id)
- Hasibuan chrysanti, (10 November 2006), "*sekali lagi CSR*", diakses dari [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id)
- Muhammad arief effendi, (7 November 2007), "*implementasi GCG melalui CSR*", diakses dari [muhariefeffendi.wordpress.com](http://muhariefeffendi.wordpress.com)
- Majalah marketing, edisi November tahun 2007, "*CSR bukan untuk laba-rugi semata*"
- Wikipedia, (2008), corporate social responsibility dikutip dari [http://en.wikipedia.org/wiki/corporate\\_social\\_responsibility](http://en.wikipedia.org/wiki/corporate_social_responsibility)
- Poesposotjibto, (1996) halaman 53, Jakarta
- Howard fox, (2002) Corporate social responsibility diakses [www.csr.co.id](http://www.csr.co.id)
- Soemirat dan ardianto, (2004), dalam buku Katz
- Jefkins, (2003) diakses [www.google.com](http://www.google.com) pada image perusahaan
- Hubeis, (2001) diakses [www.google.com](http://www.google.com) pada image perusahaan
- Anggoro, (2002)
- Arikanto, (2006)
- Reza rahman, (2009) dalam buku *Corporate Social Responsibility*
- Singgih (2003)
- Prof. Dr. Sugiono, metode penelitian bisnis, (1999), Bandung

## LAMPIRAN 1

### DAFTAR NAMA RESPONDEN

#### 1. *INTERVIEW KARYAWAN*

NO	NAMA	JABATAN
1	RISMAN	KEPALA BAGIAN CDC
2	AKMAL	BAGIAN CUSTOMER CARE
3	WIRMAN	MANAJER SPEEDY
4	NINGSIH	BAGIAN KESEKRETARIATAN
5	ELLY	BAGIAN KESEKRETARIATAN

#### 2. *INTERVIEW MASYARAKAT*

NO	NAMA	KETERANGAN
1	RUDI	BINA MITRAAN TELKOM
2	KASDIANTO	BINA MITRAAN TELKOM
3	YULMAN NURYAKIN	PELANGGAN TELKOM SPEEDY
4	HENNY MARSIA	BINA MITRAAN TELKOM
5	SOFYAN HASAN	BINA MITRAAN TELKOM

## INTERVIEW KARYAWAN

Responden Yth:

Nama saya Robby Fimaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik,saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya.Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi.atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan dengan Bpk Risman (Kepala bagian CDC)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **Pertanyaan :** Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan.?

**KR 1 :** Tidak berpengaruh karena program CSR yang dilakukan oleh pihak telkom adalah wujud kepeduliannya untuk lingkungan bukan untuk karyawan,adanya menaikkan gaji karyawan bukanlah masuk dalam program CSR tapi melainkan wujud Reward dari perusahaan kepada karyawan PT.Telkom

2. **Pertanyaan :** Menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**KR 1 :** kita sudah menanam beberapa pohon dibelakang Basko dana sudah dialokasikan,dan akhir tahun kemaren kita juga sudah pernah memberikan bibit kepada pemda dan dalam jangka ke depan kita akan menghijaukan taman yang ada di depan PT.Telkom,semua yang kita lakukan saat ini belum ada kendala dan kami pun bekerja sama dengan pemda dan dinas kehutanan

3. **Pertanyaan :** Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?

**KR 1 :** Kalo ini saya tidak bisa menjawab karena kita ini BUMN yang berbendera merah putih,karna kita tidak mementingkan branding atau citra serta pembohongan publik yang diberikan kepada masyarakat,karena kami adalah perusahaan merah putih yang dimana keuntungan yang besar yang mana akan kembali ke masyarakat karena kita lihat saat ini masyarakat lebih mementingkan biaya murah yang mana memperkaya perusahaan asing saja.jadi menurut saya biar masyarakat saja yang menilai bagaimana menurutnya perusahaan kami ini,karena tanpa pemberian citra pun kami akan memiliki keuntungan yang besar karena kami adalah BUMN yang berbendera merah putih

4. **Pertanyaan :** Bagaimana kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?

**KR 1 :** Tentu ada karena CSR ini baru dimulai tahun 2004,apabila program CSR dari pusat maka kami akan mengalokasikan dana kami yang 2,5% seperti kemaren SD 03 ampang mendapatkan bantuan sebanyak 50 buah komputer merk ACER yang dimana itu sebagai bentuk kepedulian sosial dari Telkom dalam bidang pendidikan,serta pada gempa kami melakukan dapur umum serta tempat pencas segala kebutuhan yang memerlukan listrik yang dimana sangat berguna bagi masyarakat pada khususnya

5. **Pertanyaan :** Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR?

**KR 1 :** Ya ada ,tahun lalu kami memberikan bantuan tong soampah bersepeda motor dimana kami memberikan kepada Dinas kebersihan kota Padang dan ada pula seperti halte telkom yang kami buat yang tepat berada di ujung by Pass.

6. **Pertanyaan** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.

**KR 1** : Kita tidak pernah melakukan survei tentang ini ya sebenarnya tapi kebanyakan masyarakat lebih memakai produk telkom tapi terkadang juga memakai produk lain juga,kendalanya mungkin kami dalam memberikan bantuan CSR tidak memiliki dana alokasi untuk melakukan branding seperti perusahaan lain seperti Pt.Semen Padang dan SUCOFINDO yang dimana menurut kami lebih baik mengucurkan dana terhadap bina mitraaan telkom ketimbang menghabiskan dana alokasi hanya untuk mendapatkan citra yang baik pada perusahaan,karena di satu sisi kami ini adalah perusahaan provider yang pertama di indonesia,jadi kami hanya melakukan sesuatu yang ada nilai efektifitas.

7. **Pertanyaan** : Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?

**KR 1** : Kendalanya adalah ya mungkin dalam menjalankan program ini seperti cabang Padang yang dimana program nya lebih kepada program bina mitraan ya,karena permintaan yang dimasukkan sangat banyak sedangkan dana sedikit.di lain sisi kami harus sangat tepat sasaran dalam memberkan bantuan ini

8. **Pertanyaan** : Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?

**KR 1** : Target kami untuk kedepannya mungkin kami dalam mensukseskan program go green yaitu membuat taman kota di depan kantor Perusahaan Telkom dan untuk masyarakatnya kemungkinan lebih kepada bina mitraan karena itu lebih bermanfaat untuk hajat orang banyak

9. **Peratanyaan** : Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?

**KR 1 :** Menurut saya seh mungkin terhadap karyawan tidak terlalu besar tapi paling tidak relasi bertambah terlebih terhadap ukm-ukm yang dibina saja.

10. **Pertanyaan :** Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?

**KR 1 :** Sejauh ini yang kami lakukan adalah melakukan kerja sama dan mengikuti program-program pemda,jadi pihak luar sejauh ini hanya PEMDA SUMBAR saja.

## INTERVIEW KARYAWAN

Responden Yth:

Nama saya Robby Firnaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan dengan bpk Akmal (bagian customer care)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **Pertanyaan :** Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan.?

**KR 2 :** Saya rasa belum ada pengaruh yang sangat signifikan terhadap kinerja karyawan karena CSR pada telkom cabang pdang ini tidak diperuntukkan ntuk karyawan telkom itu sendiri.

2. **RF :** Menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**KR 2 :** Tentu sangat banyak sekali program-program telkom yang sangat memperdulikan lingkungan diantaranya adanya penanaman bibit yang dimana telkom ikut bekerja sama dengan pihak pemerintah daerah dan kota.

3. **RF :** Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?

**KR 2 :** Kalo soal itu mungkin saya tidak mengerti karena itu lbih pada bagian marketing pusat lah yang paling mengerti soal itu.

4. **RF** : Bagaimana kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?

**KR 2** : Banyak kontribusi telkom cabang padang secara finansial,karena banyaknya bantuan yang diberikan pada pihak-pihak sekolah seperti kemaren adanya bantuan sebanyak 50 buah kursi untuk belajar untuk SD 03 di ampang serta pemberian 50 unit Komputer acer u smu 3 bukittinggi dan sudah banyaknya program bina mitra yang dibangun dalam mendukung program ini.

5. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR? .

**KR 2** : Mungkin ada sedikit pencitraan dengan bantuan brandin-branding kami di bak sampah dinas kebersihan, serta halte yang kami dirikan serta pada binaan mitra telkom.

6. **RF** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.

**KR 2** : Itu sebenarnya saya belum tahu karena biarla masyarakat menilai bagaimana telkom itu sendiri karena hanya kami perusahaan yang berbendara merah putih,sejauh ini produk kami yang meningkat mungkin adalah produk speedy dimana penjualan kami sangat meningkat pada produk itu karena dengan pemasangan produk speedy maka banyaknya produk-produk kami yang lain akan mengikuti.

7. **RF** : Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?

**KR 2** : Dalam konteks ini mngkin saya kurang terlalu mengerti tetapi akan saya coba,mungkin kendalanya adalah dalam bina mitraan telkom karena banyaknya proposal yang masuk tetapi dana nya sangat sedikit sekali.

8. **RF** : Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?

**KR 2** : Mohon maaf saya tidak berkompeten dalam bidang ini.mungkin bisa ditanyakan pada bagian CDC.

9. **RF** : Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?

**KR 2** : Mungkin ada karyawan yang menjadi bina mitra telkom dan itu sangat dirasakan oleh karyawan itu sendiri tetapi kalo dikatakan karyawan merasakan dampak mungkin bisa dikatakan belum,apabila adanya menaikkan karyawan naik haji bukanlah program dar CSR itu sendiri,tetapi lebih pada rewar dari perusahaan pada karyawan itu sendiri.

10. **RF** : Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?

**KR 2** : Kerjasama banyak dilakukan dengan pihak luar mungkin dengan pemerintah setempat.

## INTERVIEW KARYAWAN

Responden Yth:

Nama saya Robby Firnaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan dengan bpk wirman (manajer speedy)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan.?

**KR 3** : Belum terlalu berpengaruh dikarenakan program-program yang dilaksanakan oleh pihak telkom cabang padang hanya mengikuti program nasional.

2. **RF** : Menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**KR 3** : Sangat mendukung karena menurut saya telkom sangat banyak mengikuti program-program pemerintah setempat dalam penghijauan dan adanya taman telkom di daerah tunggul hitam kalo tidak salah saya

3. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?

**KR 3** : Mohon maaf ,kalo soal keuntungan mungkin saya tidak begitu tahu,tentu yang lebih tahu adalah bagian marketing.

4. **RF** : Bagaimana kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?

**KR 3** : Kontribusinya sangat besar karena banyaknya program nasional dilaksanakan di sini seperti sunatan massal dan banyak bantuan lainnya

5. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR? .

**KR 3** : Mungkin dengan adanya produk speedy yang dimana penjualannya meningkat sehingga dapat dilihat bahwa masyarakat sudah sangat mengenal dengan telkom

6. **RF** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.

**KR 3** : Itu sebenarnya saya belum tahu karena biarlah masyarakat menilai bagaimana telkom itu sendiri karena hanya kami perusahaan yang berbendera merah putih,sejauh ini produk kami yang meningkat mungkin adalah produk speedy dimana penjualan kami sangat meningkat pada produk itu karena dengan pemasangan produk speedy maka banyaknya produk-produk kami yang lain akan mengikuti.

7. **RF** : Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?

**KR 3** : Mungkin karena telah banyaknya perusahaan lain yang melakukan csr terlebih dalam meningkatkan ukm-ukm yang dimana mereka lebih mendapatkan nama dari hati masyarakat.

8. **RF** : Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?

**KR 3 :** Targetnya mungkin adalah bagaimana telkom ini dapat menyentuh masyarakat yang sangat membutuhkan seperti korban gempa karena dalam menjalankan program ini kami harus memiliki vendor yang dimana pendistribusian sangat susah.

9. **RF :** Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?

**KR 3 :** Mungkin ada karyawan yang menjadi bina mitra telkom dan itu sangat diraikan oleh karyawan itu sendiri tetapi kalo dikatakan karyawan merasakan dampak mungkin bisa dikatakan belum, apabila adanya menaikkan karyawan naik haji bukanlah program dar CSR itu sendiri, tetapi lebih pada rewar dari perusahaan pada karyawan itu sendiri.

10. **RF :** Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?

**KR 3 :** Kerjasama banyak dilakukan dengan pihak luar mungkin dengan pemerintah setempat.

## INTERVIEW KARYAWAN

Responden Yth:

Nama saya Robby Firnaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan dengan ibu Ningsih (bagian sekretariat)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan.?

**KR 3** : Saya rasa belum ada pengaruh terhadap karyawan telkom terhadap program CSR ini.

2. **RF** : Menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**KR 3** : Menurut saya Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom belum terlalu sepenuhnya mendukung program-program lingkungan hidup karna lebih tertuju kepada unit kegiatan masyarakat ( UKM) dan Pariwisata Sumatera Barat seperti Tour de singkarak dan pada bidang-bidang pendidikan.

3. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?

**KR 3** : Pada PT.Telkom cabang Padang belum terpengaruh terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan karena keuntungan perusahaan lebih kepada branding-branding perusahaan.

4. **RF** : Bagaimana kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?

**KR 3** : Banyak kontribusi telkom cabang padang secara finansial, karena banyaknya bantuan yang diberikan pada pihak-pihak sekolah seperti kemaren adanya bantuan sebanyak 50 buah kursi untuk belajar untuk SD 03 di ampang serta pemberian 50 unit Komputer acer u smu 3 bukittinggi dan sudah banyaknya program bina mitra yang dibangun dalam mendukung program ini yang mana diberikan di Resto Mirama.

5. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR? .

**KR 3** : Mungkin ada sedikit pencitraan dengan bantuan brandin-branding kami di bak sampah dinas kebersihan, serta halte yang kami dirikan serta pada binaan mitra telkom.

6. **RF** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.

**KR 3** : Menurut saya Program CSR yang dilaksanakan PT Telkom lumayan berpengaruh terhadap citra perusahaan tapi dalam meningkatkan penjualan terhadap PT.Telkom belum terlalu signifikan.

7. **RF** : Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?

**KR 3** : Kendala yang dihadapi pada saat ini kurangnya sosialisasi PT.Telkom pada program CSR karena masi pada sasaran UKM-UKM yang membangun usaha-usaha baru dibawah binaan PT.Telkom.TBK,serta banyaknya provider-provider yang melakukan marketing secara gencar-gencarnya dalam mempromosikan produk mereka .

8. **RF** : Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?

**KR 3** : Diharapkan bahwa program CSR pada PT.Telkom lebih membantu masyarakat yang membutuhkan bukan hanya dalam bentuk pembangunan mesjid,korban bencana alam,tapi lebih tepat sasaran .

9. **RF** : Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?

**KR 3** : Adanya beasiswa yang diterima masyarakat yang kurang mampu dalam sektor pendidikan ataupun dalam bantuan bagi keluarga karyawan yang membutuhkan dalam bentuk UKM demi mensejahterakan karyawan serta masyarakat kota Padang khususnya

10. **RF** : Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?

**KR 3** : Untuk dalam program CSR bantuan dari pihak lain antara lain yaitu pemerintah daerah dalam membantu program tersebut,tetapi sejauh belum ada selain pemerintah daerah.

## INTERVIEW KARYAWAN

Responden Yth:

Nama saya Robby Fernaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi. Atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan dengan ibu Elly (bagian telkom sekretariat)

### **BAGIAN I**

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun terhadap kinerja karyawan.?

**KR** : Tidak ada dana csr yang turun untuk karyawan kalo menurut saya

2. **RF** : Menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**KR** : Sepengetahuan ibu pemberian bibit pohon pernah diberikan oleh Telkom sebagai wujud kepedulian nya terhadap lingkungan

3. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?

**KR** : Kalo itu bukan porsi saya dalam menjawab pertanyaannya karena itu yang lebih tahu tentu bagian CDC.

4. **RF** : Bagaimana kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?

**KR** : Banyak kontribusi telkom cabang padang secara finansial,karena banyaknya bantuan yang diberikan pada pihak-pihak sekolah serta sudah banyaknya program bina mitra yang dibangun dalam mendukung program ini

5. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR? .

**KR** : Mungkin karena pemikiran orang bahwa telkom adalah perusahaan besar milik negara.

6. **RF** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.

**KR** : Itu belum pernah kita survei tetapi apabila kita melihat masyarakat sudah banyak mengetahui perusahaan ini terlebih produk speedy sudah sangat dikenal oleh masyarakat

7. **RF** : Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?

**KR** : Dalam konteks ini mungkin saya kurang paham tapi kebanyakan

8. **RF** : Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?

**KR** : Mohon maaf saya tidak berkompeten dalam bidang ini.

9. **RF** : Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?

**KR** : Tidak ada program CSR yang dirasakan oleh karyawan itu sendiri

10. **RF** : Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?

**KR** : Kerjasama banyak dilakukan dengan pihak luar mungkin dengan pemerintah setempat karena banyaknya program pemerintah dalam meningkatkan penghijauan dalam membangun kota ini.

## INTERVIEW MASYARAKAT

Responden Yth:

Nama saya Robby Finaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan bapak kasdianto (bina mitraan telkom)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?

**MS** : Sejauh ini program yang baru dirasakan oleh masyarakat hanya pemberian bantuan pada saat gempa terjadi serta pemberian bantuan pada sektor pendidikan.

2. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**MS** : Menurut saya mungkin sudah ada dengan ikut serta nya PT.Telkom dalam meningkatkan kebersihan di kota Padang dengan gerobak sampahnya.

3. **RF** : Menurut anda kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?

**MS** : Ada dengan pemberian bantuan dana ukm-ukm yang dikembangkan oleh pihak telkom

4. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di sumatera barat?

**MS :** Menurut saya Program CSR yang dilaksanakan PT Telkom tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan dikarenakan PT.Telkom tanpa adanya program CSR perusahaan ini pun akan tetap memiliki citra yang baik di mata masyarakat dikarenakan belum adanya kompetitor yang dapat melawan PT.Telkom di kota Padang ini sendiri.

5. **RF :** Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?

**MS :** Tentu karena telkom adalah satu-satunya perusahaan Milik negara yang go public,dan dengan program ini serta bantuan –bantuan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap daya pikir masyarakat terhadap telkom

6. **RF :** Apa saja jenis kegiatan PT Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?

**MS :** Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri,lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009,dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi,dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.

7. **RF :** Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom,cabang Padang dalam mendukung go green product.

**MS :** Dengan adanya taman telkom di depan kantor telkom cabang padang

8. **RF :** Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.

**MS :** Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh telkom cabang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.

## INTERVIEW MASYARAKAT

Responden Yth:

Nama saya Robby Firnaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi. Atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan bapak rudi (bina mitraan telkom)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?

**MS** : Mungkin untuk pada saat ini belum sangat berpengaruh karena yang merasakan hanya beberapa kalangan saja tetapi bagi saya program csr yang dilakukan telkom cabang padang sangat berpengaruh karna saya sebagai binaan mitra telkom sangat merasakan dampak baik karena mereka meberikan kita kemudahan dalam menjalankan UKM-UKM yang ada.

2. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**MS** : Mungkin yang saya tahu mungkin telkom hanya memberikan branding-branding di box sampah motor dinas kebersihan yang dimana mereka sangat mendukung program lingkungan

3. **RF** : Menurut anda kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?

**MS :** Ya seperti program bina mitraan telkom ini, dimana pihak telkom memberikan dana pinjam kepada pengusaha kecil yang dimana mereka ingin melakukan usaha yang dengan pinjaman lunak ini.

4. **RF :** Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di Sumatera Barat?

**MS :** Itu mungkin saya kurang tahu, karena saya baru bekerja sama dengan pihak telkom

5. **RF :** Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?

**MS :** Tentu karena telkom adalah satu-satunya perusahaan milik negara yang go public, dan dengan program ini serta bantuan –bantuan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap daya pikir masyarakat terhadap telkom

6. **RF :** Apa saja jenis kegiatan PT Telkom, Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?

**MS :** Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat Sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.

7. **RF :** Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom, cabang Padang dalam mendukung go green product.

**MS :** Dengan adanya taman telkom di depan kantor telkom cabang Padang

8. **RF :** Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom, Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.

**MS :** Sejauh ini menurut say citra yang diberikan oleh telkom cbang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.

## INTERVIEW MASYARAKAT

Responden Yth:

Nama saya Robby Fernaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik,saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya.Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi.atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan bapak yulman nuryakin (pelanggan telkom speedy)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?

**MS** : Belum berpengaruh terhadap masyarakat pada sat ini kalo menurut saya

2. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**MS** : Sekilas saya dapat melihat kalo telkom sangat peduli akan lingkungan dengan memakai segala alat kantor yang organik dan melakukan penanaman seribu pohon di kota padang

3. **RF** : Menurut anda kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?

**MS** : Mungkin dalam pendistribusian adanya bantuan dalam menjalankan program ini.

4. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di sumatera barat?

**MS** : Itu mungkin saya kurang tahu.

5. **RF** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?

**MS** : Tentu karena mau tidak mau masyarakat akan menilai bagaimana sebuah perusahaan dengan apa yang diberikan oleh perusahaan dan adakah memikirkan masyarakat bukan hanya memikirkan keuntungan perusahaan semata.

6. **RF** : Apa saja jenis kegiatan PT Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?

**MS** : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri,lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009,dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi,dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.

7. **RF** : Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom,cabang Padang dalam mendukung go green product.

**MS** : Penanaman seribu pohon di tunggul hitam.

Pembersihan wisata pantai padang

Pemberian bantuan bak sampah telkom

8. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.

**MS** : Sejauh ini menurut say citra yang diberikan oleh telkom cbang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.

## INTERVIEW MASYARAKAT

Responden Yth:

Nama saya Robby Firnaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan bapak ibu Henny marsia (bina mitraan telkom)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?

**MS** : Pada saat ini sebenarnya mulai berpengaruh terhadap masyarakat karena sudah mulai terasa kepada masyarakat.

2. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**MS** : Lumayan mendukung karena dapat kita lihat telkom sangat peduli akan lingkungan karena selalu ada pada garis depan apabila berbicara dampak lingkungan

3. **RF** : Menurut anda kontribusi Pt.Telkom, Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?

**MS** : Program bina mitraan telkom ini, dimana pihak telkom memberikan dana pinjam kepada pengusaha kecil yang dimana mereka ingin melakukan usaha yang dengan pinjaman lunak ini yang dimana mitra akan melakukan pembayara setelah 1 tahun dengan tanpa tanggungan satu pun tetapi wajib telah melakukan usaha selama 1 tahun dulu.

4. **RF** : Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di Sumatera Barat?

**MS** : Itu mungkin saya kurang tahu,karena saya baru bekerja sama dengan pihak Telkom

5. **RF** : Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?

**MS** : Lumayan berpengaruh karena selama ini dapat kita lihat daya pikir masyarakat sudah semakin pintar.

6. **RF** : Apa saja jenis kegiatan PT Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?

**MS** : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat Sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri,lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009,dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi,dan dana bina mitraan Telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.

7. **RF** : Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom,cabang Padang dalam mendukung go green product.

**MS** : Saya kurang mengetahui kalo masalah ini,karena saya kurang mengetahuinya

8. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.

**MS** : Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh Telkom cabang Padang sangat positif karena mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.

## INTERVIEW MASYARAKAT

Responden Yth:

Nama saya Robby Firnaldo Tan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Andalas sedang mengerjakan skripsi yang berjudul Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *image* perusahaan studi kasus Pt.Telkom.Tbk cabang Padang divisi regional Sumatera Barat.

Agar penelitian ini dapat berlangsung dengan baik, saya mengharapkan kesediaan anda untuk menjawab interview dibawah ini dengan sebaik-baiknya. Saya menjamin kerahasiaan data anda yang telah diisi. Atas partisipasi anda saya ucapkan terima kasih.

Wawancara dilakukan bapak Sofyan Hasan (Bina Mitraan Telkom)

### BAGIAN I

Mohon anda memberikan jawaban untuk pertanyaan dibawah ini:

1. **RF** : Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?

**MS** : Mungkin untuk pada saat ini belum sangat berpengaruh karena yang merasakan hanya beberapa kalangan saja tetapi bagi saya program CSR yang dilakukan Telkom cabang Padang sangat berpengaruh karena saya sebagai Bina Mitra Telkom sangat merasakan dampak baik karena mereka memberikan kita kemudahan dalam menjalankan UKM-UKM yang ada.

2. **RF** : Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?

**MS** : Mungkin yang saya tahu mungkin Telkom hanya memberikan branding-branding di box sampah motor dinas kebersihan yang dimana mereka sangat mendukung program lingkungan.

3. **RF** : Menurut anda kontribusi Pt.Telkom, Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?

**MS :** Ya seperti program bina mitraan telkom ini, dimana pihak telkom memberikan dana pinjam kepada pengusaha kecil yang dimana mereka ingin melakukan usaha yang dengan pinjaman lunak ini.

4. **RF :** Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di Sumatera Barat?

**MS :** Itu mungkin saya kurang tahu, karena saya baru bekerja sama dengan pihak telkom

5. **RF :** Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?

**MS :** Tentu karena telkom adalah satu-satunya perusahaan milik negara yang go public, dan dengan program ini serta bantuan –bantuan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap daya pikir masyarakat terhadap telkom

6. **RF :** Apa saja jenis kegiatan PT Telkom, Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?

**MS :** Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat Sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.

7. **RF :** Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom, cabang Padang dalam mendukung go green product.

**MS :** Dengan adanya taman telkom di depan kantor telkom cabang Padang

8. **RF :** Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom, Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.

**MS :** Sejauh ini menurut say citra yang diberikan oleh telkom cabang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.

**Tabel 4.4.**  
**Hasi Interview Terhadap Karyawan**  
**Dilaksanakan Pada tanggal 14 oktober 2010**

No	Pertanyaan	Keterangan		
		SB	KBP	TB
1	<p><b>RF:</b> Bagaimana menurut anda program CSR yang dilaksanakan PT.Telkom cabang Padang sangat berpengaruh terhadap karyawan ataupun kinerja karyawan.</p> <p><b>RK 1 :</b> Saya rasa belum ada pengaruh yang sangat signifikan terhadap kinerja karyawan karena CSR pada telkom cabang padang ini tidak diperuntukkan untuk karyawan telkom itu sendiri.</p> <p><b>RK 2 :</b> Belum terlalu berpengaruh dikarenakan pogram –program yang dilaksanakan oleh pihak telkom cabang padang hanya mengikuti program nasional.</p> <p><b>RK 3 :</b> Saya rasa belum ada pengaruh terhadap karyawan telkom terhadap program CSR ini.</p> <p><b>KR 4:</b> Tidak ada dana csr yang turun untuk karyawan kalo menurut saya.</p>		✓	✓
2	<p><b>RF :</b> Menurut anda program CSR yang dilaksanakan PT.Telkom cabang Padang sangat mendukung program-program lingkungan hidup atau go-green</p> <p><b>RK 1 :</b> Tentu sangat banyak sekali program-program telkom yang sangat memperdulikan lingkungan diantaranya adanya penanaman bibit yang dimana telkom ikut bekerja sama dengan pihak pemerintah daerah dan kota.</p> <p><b>RK 2 :</b> Sangat mendukung karena menurut saya telkom sagat banyak mengikuti program-program pemerintah setempat dalam penghijauan dan adanya taman telkom di daerah tunggul hitam kalo tidak salah saya.</p> <p><b>RK 3 :</b> Menurut saya Program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom belum terlalu sepenuhnya mendukung program-program lingkungan hidup karna lebih tertuju kepada unit kegiatan masyarakat ( UKM) dan Pariwisata Sumatera Barat seperti Tour de singkarak dan pada bidang-bidang pendidikan.</p> <p><b>RK 4 :</b> Sepengetahuan ibu pemberian bibit pohon pernah diberikan oleh Telkom sebagai wujud kepedulian nya terhadap lingkungan</p>	✓	✓	✓

3	<p><b>RF</b> :Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan</p> <p><b>RK 1</b> : Kalo soal itu mungkin saya tidak mengerti karena itu lebih pada bagian marketing pusat lah yang paling mengerti soal itu.</p> <p><b>RK 2</b> : Mohon maaf ,kalo soal keuntungan mungkin saya tidak begitu tahu,tentu yang lebih tahu adalah bagian marketing.</p> <p><b>RK 3</b> : Pada PT.Telkom cabang Padang belum terpengaruh terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan karena keuntungan perusahaan lebih kepada branding-branding perusahaan.</p> <p><b>RK 4</b> : Kalo itu bukan porsi saya dalam menjawab pertanyaannya karena itu yang lebih tahu tentu bagian CDC.</p>			<p style="text-align: right;">✓</p> <p style="text-align: center;">✓</p> <p style="text-align: center;">✓</p> <p style="text-align: center;">✓</p>
4	<p><b>RF</b> :Bagaimana kontribusi PT.Telkom cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR</p> <p><b>RK 1</b> : Banyak kontribusi telkom cabang padang secara finansial,karena banyaknya bantuan yang diberikan pada pihak-pihak sekolah seperti kemaren adanya bantuan sebanyak 50 buah kursi untuk belajar untuk SD 03 di ampang serta pemberian 50 unit Komputer acer u smu 3 bukittinggi dan sudah banyaknya program bina mitra yang dibangun dalam mendukung program ini.</p> <p><b>RK 2</b> : Kontribusi nya sangat besar karena banyaknya program nasional dilaksanakan di sini seperti sunatan massal dan banyak bantuan lainnya</p> <p><b>RK 3</b> : Banyak kontribusi telkom cabang padang secara finansial,karena banyaknya bantuan yang diberikan pada pihak-pihak sekolah seperti kemaren adanya bantuan sebanyak 50 buah kursi untuk belajar untuk SD 03 di ampang serta pemberian 50 unit Komputer acer u smu 3 bukittinggi dan sudah banyaknya program bina mitra yang dibangun dalam mendukung program ini yang mana diberikan di Resto Mirama.</p> <p><b>RK 4</b> : Banyak kontribusi telkom cabang padang secara finansial,karena banyaknya bantuan yang diberikan pada pihak-pihak sekolah serta sudah banyaknya program bina mitra yang dibangun dalam mendukung program ini</p>	<p style="text-align: center;">✓</p> <p style="text-align: center;">✓</p> <p style="text-align: center;">✓</p> <p style="text-align: center;">✓</p>		

5	<p><b>RF</b> :Adakah kontribusi PT.Telkom cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR</p> <p><b>RK 1</b> : Mungkin ada sedikit pencitraan dengan bantuan branding-branding kami di bak sampah dinas kebersihan,serta halte yang kami dirikan serta pada binaan mitra telkom.</p> <p><b>RK 2</b> : Mungkin dengan adanya produk speedy yang dimana penjualannya meningkat sehingga dapat dilihat bahwa masyarakat sudah sangat mengenal dengan telkom</p> <p><b>RK 3</b> : Mungkin ada sedikit pencitraan dengan bantuan brandin-branding kami di bak sampah dinas kebersihan,serta halte yang kami dirikan serta pada binaan mitra telkom.</p> <p><b>RK 4</b> : Mungkin karena pemikiran orang bahwa telkom adalah perusahaan besar milik negara.</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p>	
6	<p><b>RF</b> :Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.</p> <p><b>RK 1</b> : Itu sebenarnya saya belum tahu karena biarlahmasyarakat menilai bagaimana telkom itu sendiri karena hanya kami perusahaan yang berbendara merah putih,sejauh ini produk kami yang meningkat mungkin adalah produk speedy dimana penjualan kami sangat meningkat pada produk itu karena dengan pemasangan produk speedy maka banyaknya produk-produk kami yang lain akan mengikuti.</p> <p><b>RK 2</b> : Itu sebenarnya saya belum tahu karena biarlah masyarakat menilai bagaimana telkom itu sendiri karena hanya kami perusahaan yang berbendara merah putih,sejauh ini produk kami yang meningkat mungkin adalah produk speedy dimana penjualan kami sangat meningkat pada produk itu karena dengan pemasangan produk speedy maka banyaknya produk-produk kami yang lain akan mengikuti.</p> <p><b>RK 3</b> : Menurut saya Program CSR yang dilaksanakan PT Telkom lumayan berpengaruh terhadap citra perusahaan tapi dalam meningkatkan penjualan terhadap PT.Telkom belum terlalu signifikan.</p> <p><b>RK 4</b> : Itu belum pernah kita survei tetapi apabila kita kita</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p>	

	melihat masyarakat sudah banyak mengetahui perusahaan ini terlebih produk speedy sudah sangat dikenal oleh masyarakat			
7	<p><b>RF</b> :Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?</p> <p><b>RK 1</b> : Dalam konteks ini mungkin saya kurang terlalu mengerti tetapi akan saya coba,mungkin kendalanya adalah dalam bina mitraan telkom karena banyaknya proposal yang masuk tetapi dana nya sangat sedikit sekali.</p> <p><b>RK 2</b> : Mungkin karena telah banyaknya perusahaan lain yang melakukan csr terlebih dalam meningkatkan ukm-ukm yang dimana mereka lebih mendapatkan nama dari hati masyarakat.</p> <p><b>RK 3</b> : Kendala yang dihadapi pada saat ini kurangnya sosialisasi PT.Telkom pada program CSR karena masi pada sasaran UKM-UKM yang membangun usaha-usaha baru dibawah binaan PT.Telkom.TBK,serta banyaknya provider-provider yang melakukan marketing secara gencar-gencarnya dalam mempromosikan produk mereka .</p> <p><b>RK 4</b> : Dalam konteks ini mungkin saya kurang paham tapi kebanyakan sangat berpengaruh</p>		✓ ✓ ✓ ✓	
8	<p><b>RF</b> :Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?</p> <p><b>RK 1</b> : Mohon maaf saya tidak berkompeten dalam bidang ini.mungkin bisa ditanyakan pada bagian CDC.</p> <p><b>RK 2</b> : Targetnya mungkin adalah bagaimana telkom iini dapat menyentuh masyarakat yang sangat membutuhkan seperti korban gempa karena dalam menjalankan program ini kami harus memiliki vendor yang dimana pendistribusian sangat susah.</p> <p><b>RK 3</b> : Diharapkan bahwa program CSR pada PT.Telkom lebih membantu masyarakat yang membutuhkan bukan hanya dalam bentuk pembangunan mesjid,korban bencana alam,tapi lebih tepat sasaran .</p> <p><b>RK 4</b> : Mohon maaf saya tidak berkompeten dalam bidang ini.</p>	✓	✓ ✓ ✓	

9	<p><b>RF :</b>Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri</p> <p><b>RK 1 :</b> Mungkin ada karyawan yang menjadi bina mitra telkom dan itu sangat dirasakan oleh karyawan itu sendiri tetapi kalo dikatakan karyawan merasakan dampak mungkin bisa dikatakan belum,apabila adanya menaikkan karyawan naik haji bukanlah program dar CSR itu sendiri,tetapi lebih pada rewar dari perusahaan pada karyawan itu sendiri.</p> <p><b>RK 2:</b> Mungkin ada karyawan yang menjadi bina mitra telkom dan itu sangat dirakaan oleh karyawan itu sendiri tetapi kalo dikatakan karyawan merasakan dampak mungkin bisa dikatakan belum,apabila adanya menaikkan karyawan naik haji bukanlah program dar CSR itu sendiri,tetapi lebih pada rewar dari perusahaan pada karyawan itu sendiri.</p> <p><b>RK 4 :</b> Adanya beasiswa yang diterima masyarakat yang kurang mampu dalam sektor pendidikan ataupun dalam bantuan bagi keluarga karyawan yang membutuhkan dalam bentuk UKM demi mensejahterakan karyawan serta masyarakat kota Padang khususnya</p> <p><b>RK 5 :</b> Tidak ada program CSR yang dirasakan oleh karyawan itu sendiri</p>		<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p>
10	<p><b>RF :</b>Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?</p> <p><b>RK 1 :</b> Kerjasama banyak dilakukan dengan pihak luar mungkin dengan pemerintah setempat .</p> <p><b>RK 2 :</b> Kerjasama banyak dilakukan dengan pihak luar mungkin dengan pemerintah setempat .</p> <p><b>RK 3 :</b> Untuk dalam program CSR bantuan dari pihak lain antara lain yaitu pemerintah daerah dalam membantu program tersebut,tetapi sejauh belum ada selain pemerintah daerah.</p> <p><b>RK 4 :</b> Kerjasama banyak dilakukan dengan pihak luar mungkin dengan pemerintah setempat karena banyaknya program pemerintah dalam meningkatkan penghijauan dalam membangun kota ini.</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		
<b>TOTAL</b>		<b>18</b>	<b>14</b>	<b>8</b>



	<p>memberikan branding-branding di box sampah motor dinas kebersihan yang dimana mereka sangat mendukung program lingkungan</p> <p><b>RM 3 :</b> Sekilas saya dapat melihat kalo telkom sangat peduli akan lingkungan dengan memakai segala alat kantor yang organik dan melakukan penanaman seribu pohon di kota padang</p> <p><b>RM 4 :</b> Lumayan mendukung karena dapat kita lihat telkom sangat peduli akan lingkungan karena selalu ada pada garis depan apabila berbicara dampak lingkungan</p> <p><b>RM 5 :</b> Mungkin yang saya tahu mungkin telkom hanya memberikan branding-branding di box sampah motor dinas kebersihan yang dimana mereka sangat mendukung program lingkungan</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		
3	<p><b>RF :</b> Menurut anda kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut yang tampak terhadap masyarakat?</p> <p><b>RM 1 :</b> Ada dengan pemberian bantuan dana ukm-ukm yang dikembangkan oleh pihak telkom</p> <p><b>RM 2 :</b> Ya seperti program bina mitraan telkom ini,dimana pihak telkom memberikan dana pinjam kepada pengusaha kecil yang dimana mereka ingin melakukan usaha yang dengan pinjaman lunak ini.</p> <p><b>RM 3 :</b> Mungkin dalam pendistribusian adanya bantuan dalam menjalankan program ini.</p> <p><b>RM 4 :</b> Program bina mitraan telkom ini,dimana pihak telkom memberikan dana pinjam kepada pengusaha kecil yang dimana mereka ingin melakukan usaha yang dengan pinjaman lunak ini yang dimana mitra akan melakukan pembayara setelah 1 tahun denga tanpa anggungan satu pun tetapi wajib telah melakukan usaha selama 1 tahun dulu..</p> <p><b>RM 5 :</b> Ya seperti program bina mitraan telkom ini,dimana pihak telkom memberikan dana pinjam kepada pengusaha kecil yang dimana mereka ingin melakukan usaha yang dengan pinjaman lunak ini.</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p>

4	<p><b>RF :</b> Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra dalam mensejahterakan masyarakat di Sumatera Barat?</p> <p><b>RM 1 :</b> Menurut saya Program CSR yang dilaksanakan PT Telkom tidak berpengaruh terhadap citra perusahaan dikarenakan PT.Telkom tanpa adanya program CSR perusahaan ini pun akan tetap memiliki citra yang baik di mata masyarakat dikarenakan belum adanya kompetitor yang dapat melawan PT.Telkom di kota Padang ini sendiri.</p> <p><b>RM 2 :</b> Itu mungkin saya kurang tahu,karena saya baru bekerja sama dengan pihak telkom</p> <p><b>RM 3 :</b> Itu mungkin saya kurang tahu</p> <p><b>RM 4 :</b> Itu mungkin saya kurang tahu,karena saya baru bekerja sama dengan pihak telkom</p> <p><b>RM 5 :</b> Itu mungkin saya kurang tahu,karena saya baru bekerja sama dengan pihak telkom</p>		<p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>
5	<p><b>RF :</b> Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra masyarakat terhadap perusahaan Telkom.?</p> <p><b>RM 1 :</b> Tentu karena telkom adalah satu-satunya perusahaan Milik negara yang go public,dan dengan program ini serta bantuan –bantuan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap daya pikir masyarakat terhadap telkom</p> <p><b>RM 2 :</b> Tentu karena telkom adalah satu-satunya perusahaan milik negara yang go public,dan dengan program ini serta bantuan –bantuan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap daya pikir masyarakat terhadap telkom</p> <p><b>RM 3 :</b> Tentu karena mau tidak mau masyarakat akan menilai bagaimana sebuah perusahaan dengan apa yang diberikan oleh perusahaan dan adakah memikirkan masyarakat bukan hanya memikirkan keuntungan perusahaan semata.</p> <p><b>RM 4 :</b> Lumayan berpengaruh karena selama ini dapat kita lihat daya pikir masyarakat sudah semakin pintar.</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		

	<p><b>RM 5</b> : Tentu karena telkom adalah satu-satunya perusahaan milik negara yang go public, dan dengan program ini serta bantuan –bantuan yang diberikan sangat berpengaruh terhadap daya pikir masyarakat terhadap telkom</p>	✓		
6	<p><b>RF</b> : Apa saja jenis kegiatan PT Telkom, Tbk cabang Padang terhadap program CSR yang dirasakan oleh masyarakat pada saat ini?</p> <p><b>RM 1</b> : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.</p> <p><b>RM 2</b> : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.</p> <p><b>RM 3</b> : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.</p> <p><b>RM 4</b> : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat.</p> <p><b>RM 5</b> : Banyak program CSR yang dirasakan oleh masyarakat sumbar pada khususnya seperti pembangunan mesjid di daerah auduri, lalu pemberian sembako pada saat gempa bumi yang melanda Sumbar 30 sept 2009, dan</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		

	pemberian fasilitas listrik pada saat gempa bumi terjadi, dan dana bina mitraan telkom inilah yang sangat banyak dirasakan masyarakat			
7	<p><b>RF</b> : Dalam bentuk apa saja program CSR Pt.Telkom,cabang Padang dalam mendukung go green product.</p> <p><b>RM 1</b> : Dengan adanya taman telkom di depan kantor telkom cabang padang</p> <p><b>RM 2</b> : Dengan adanya taman telkom di depan kantor telkom cabang padang</p> <p><b>RM 3</b> : Penanaman seribu pohon di tunggul hitam,Pembersihan wisata pantai padang,Pemberian bantuan bak sampah telkom</p> <p><b>RM 4</b> : Saya kurang mengetahui kalo masalah ini,karena saya kurang mengetuinya</p> <p><b>RM 5</b> : Dengan adanya taman telkom di depan kantor telkom cabang padang</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>		<p>✓</p> <p>✓</p>

8	<p><b>RF :</b> Bagaimana menurut anda program CSR ini di mata masyarakat terhadap citra PT.Telkom,Tbk terutama divisi regional Sumatera Barat.</p> <p><b>RM 1 :</b> Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh telkom cabang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.</p> <p><b>RM 2:</b> Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh telkom cabang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.</p> <p><b>RM 3 :</b>Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh telkom cabang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.</p> <p><b>RM 4 :</b> Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh telkom cabang padang sangat positif karena mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.</p> <p><b>RM 5 :</b> Sejauh ini menurut saya citra yang diberikan oleh telkom cbang padang sangat positif karea mereka sangat membantu masyarakat serta mensejahterakan masyarakat juga.</p>	✓		
<b>Total</b>		27	8	4

**Tabel 4.6.**  
**Hasi Interview Terhadap Manager unit**  
**Dilaksanakan Pada Tanggal 15 oktober 2010**

No	Pertanyaan	Keterangan Jawaban		
		SB	KBP	TB
1	<p><b>RF</b> :Bagaimana menurut anda Program CSR yang dilaksanakan Pt. Telkom. Tbk cabang Padang sangat berpengaruh terhadap masyarakat pada saat ini?</p> <p><b>JRM</b> : Tidak berpengaruh karena program CSR yang dilakukan oleh pihak telkom adalah wujud kepeduliannya untuk lingkungan bukan untuk karyawan,adanya menaikkan haji karyawan bukanlah masuk dalam program CSR tapi melainkan wujud Reward dari perusahaan kepada karyawan PT.Telkom</p>	✓		
	<p><b>RF</b> : Menurut anda program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mendukung penuh program-program lingkungan hidup seperti go green product?</p> <p><b>JRM</b> : Kita sudah menanam beberapa pohon dibelakang Basko dana sudah dialokasikan,dan akhir tahun kemaren kita juga sudah pernah memberikan bibit kepada pemda dan dalam jangka ke depan kita akan menghijaukan taman yang ada di depan PT.Telkom,semua yang kita lakukan saat ini belum ada kendala dan kami pun bekerja sama dengan pemda dan dinas kehutanan</p>	✓		✓
	<p><b>RF</b> : Bagaimana menurut anda program CSR Pt.Telkom.Tbk cabang Padang sangat mempengaruhi terhadap keuntungan perusahaan secara keseluruhan?</p>	✓		
	<p><b>JRM</b> : Kalo ini saya tidak bisa menjawab karena kita ini BUMN yang berbendera merah putih, karna kita tidak mementingkan branding atau citra serta pembohongan publik yang diberikan kepada masyarakat, karena kami adalah perusahaan merah putih yang dimana keuntungan yang besar yang mana akan kembali ke masyarakat karena kita lihat saat ini masyarakat lebih mementingkan biaya murah yang mana memperkaya perusahaan asing saja.jadi menurut saya biar masyarakat saja yang menilai bagaimana menurutnya perusahaan kami ini,karena tanpa pemberian citra pun kami akan memiliki keuntungan yang besar karena kami adalah BUMN yang berbendera merah putih</p>	✓		

<p><b>RF :</b> Bagaimana kontribusi Pt.Telkom,Tbk cabang Padang secara finansial dalam menjalankan program CSR tersebut?</p> <p><b>JRM :</b> Tentu ada karena CSR ini baru dimulai tahun 2004,apabila program CSR dari pusat maka kami akan mengalokasikan dana kami yang 2,5% seperti kemaren SD 03 ampang mendapatkan bantuan sebanyak 50 buah komputer merk ACER yang dimana itu sebagai bentuk kepedulian sosial dari Telkom dalam bidang pendidikan,serta pada gempu kami melakukan dapur umum serta tempat pencas segala kebutuhan yang memerlukan listrik yang dimana sangat berguna bagi masyarakat pada khususnya</p> <p><b>Pertanyaan:</b> Adakah kontribusi Pt.Telkom .Tbk cabang Padang secara citra ataupun bentuk produk yang sangat mendukung program CSR?</p> <p><b>JRM:</b> Ya ada ,tahun lalu kami memberikan bantuan tong sampah bersepeda motor dimana kami memberikan kepada Dinas kebersihan kota Padang dan ada pula seperti halte telkom yang kami buat yang tepat berada di ujung by Pass.</p> <p><b>Pertanyaan :</b> Menurut anda dimata masyarakat program CSR yang dilaksanakan Pt.Telkom.Tbk apakah mempengaruhi citra perusahaan menjadi baik serta meningkatkan penjualan terhadap produk Telkom.</p> <p><b>JRM :</b> Kita tidak pernah melakukan survei tentang ini ya sebenarnya tapi kebanyakan masyarakat lebih memakai produk telkom tapi terkadang juga memakai produk lain juga,kendalanya mungkin kami dalam memberikan bantuan CSR tidak memiliki dana alokasi untuk melakukan branding seperti perusahaan lain seperti Pt.Semen Padang dan SUCOFINDO yang dimana menurut kami lebih baik mengucurkan dana terhadap bina mitraaan telkom ketimbang menghabiskan dana alokasi hanya untuk mendapatkan citra yang baik pada perusahaan,karena di satu sisi kami ini adalah perusahaan provider yang pertama di indonesia,jadi kami hanya melakukan sesuatu yang ada nilai efektifitas</p> <p><b>Pertanyaan :</b> Menurut anda kendala Pt.Telkom.Tbk cabang Padang dalam menjalankan program CSR ini?</p> <p><b>JRM:</b> Kendalanya adalah ya mungkin dalam menjalankan program ini seperti cabang Padang yang dimana program nya lebih kepada program bina mitraan ya,karena</p>	<p>✓</p> <p>✓</p>		
--	-------------------	--	--

<p>permintaan yang dimasukkan sangat banyak sedangkan dana sedikit. di lain sisi kami harus sangat tepat sasaran dalam memberkan bantuan ini</p> <p><b>Pertanyaan :</b> Apa target PT.Telkom,Tbk cabang Padang terhadap program CSR selanjutnya..?</p> <p><b>JRM :</b>Target kami untuk kedepannya mungkin kami dalam mensukseskan program go green yaitu membuat taman kota di depan kantor Perusahaan Telkom dan untuk masyarakatnya kemungkinan lebih kepada bina mitraan karena itu lebih bermanfaat untuk hajat orang banyak</p> <p><b>Pertanyaan :</b> Menurut anda program CSR yang dilakukan oleh pihak Telkom telah dirasakan oleh karyawan Telkom itu sendiri?</p> <p><b>JRM:</b> Menurut saya seh mungkin terhadap karyawan tidak terlalu besar tapi paling tidak relasi bertambah terlebih terhadap ukm-ukm yang dibina saja.</p> <p><b>Pertanyaan :</b> Bagaimana menurut anda bantuan dari pihak luar selain Pt.Telkom Tbk cabang Padang dalam program CSR yang akan dilaksanakan.?</p> <p><b>JRM:</b> Sejauh ini yang kami lakukan adalah melakukan kerja sama dan mengikuti program-program pemda, jadi pihak luar sejauh ini hanya PEMDA SUMBAR saja</p>	<p>✓</p> <p>✓</p> <p>✓</p>	<p>✓</p> <p>✓</p>	
---	----------------------------	-------------------	--

**Sumber : data diolah**