BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk merupakan perusahaan penyelenggara bisnis T.I.M.E (*Telecommunication,Information,Media and Edutainmet*) yang terbesar di Indonesia. Pengabdian PT. Telkom Tbk berawal pada 23 Oktober 1856, tepat saat dioperasikannya layanan telekomunikasi pertama dalam bentuk pengiriman telegraf dari Batavia (Jakarta) ke Buitenzorg (Bogor). Selama itu pula PT. Telkom Tbk telah mengalami berbagai transformasi. Transformasi terakhir sekaligus yang disebut dengan New PT. Telkom Tbk Indonesia adalah transformasi dalam bisnis, transformasi infrastruktur, transformasi sistem dan model operasi dan transformasi sumber daya manusia. Transformasi tersebut resmi diluncurkan kepada pihak eksternal bersamaan dengan *New Corporate Identity* PT. Telkom Tbk pada tanggal 23 Oktober 2009, pada hari ulang tahun PT. Telkom Tbk yang ke 153. PT. Telkom Tbk juga memiliki tagline baru, *The World in Your Hand.*

Penghargaan dan sertifikasi yang telah diterima oleh PT. Telkom Tbk antara lain sebagai berikut:

Categories	Source	Level
Perusahaan Telekomunikasi dengan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Terbaik	Indonesian Human Capital Study 2009	Nasional
Best of Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA) 2009 Kelompok Industri Jasa Keuangan, Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi serta Perdagangan, Jasa dan Investasi	National Center for Sustainability Reporting (NCSR), Indonesia-Netherlands Association, Institut Akuntan Manajemen Indonesia serta Kementrian Lingkungan Hidup RI	Nasional
BUMN Terbaik dalam Kategori Badan Non Keuangan Sektor Telekomunikasi	Investor Award 2009	Nasional
Perusahaan Idaman 2009	Majalah Warta Ekonomi	Nasional
Best of The Best Operator of The Year, Data Communication Service Provider of The Year, Broadband Service Provider of The Year, Mobile Service Provider of The Year untuk PT. Telkom Tbksel	Frost and Sullivan Telecoms Award 2009	Nasional
Rekor Dunia - Indonesia (MURI) untuk pembuatan RBT Angklung yang dimainkan oleh pemain angklung terbanyak, 4500 orang	Museum Rekor Indonesia	Nasional
The Best e-Company Award 2009	Majalah Warta Ekonomi	Nasional
Sertifikasi ISO 27001:2005 untuk Charging Flexi Trendy	Bureau Veritas Certification dari Inggris	
45 Penghargaan Kecelakaan Nihil (Zero Accident Award 2009) dan 18 Penghargaan Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan Kerja (SMK3)	Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi	Nasional
Sertifikasi ISO 9001:2008 untuk PT. TELKOM TBK Carrier and Interconnection Service Division	TUV Rheinland Indonesia	
Indonesian Customer Satisfaction Award 2009: Speedy sebagai Best Internet Service Provider Wireline / Fixed, SimPATI sebagai Best Prepaid Cellular Simcard, KartuHALO sebagai Best PostPaid Cellular Simcard, PT. Telkom Tbksel Flash sebagai Best Internet Service Provider Wireless / Mobile	Majalah Swa dan Frontier Consulting Group	Nasional
Indonesia's Most Admired Companies (IMAC) Award 2009, The Most Sustainable Corporate Image 2009	Majalah Business Week dan Frontier Consulting Group	Nasional
Rinaldy Firmansyah CEO of The Year 2009, Perusahaan Terbaik dalam Kategori Emiten Infrastruktur, Utilitas dan Transportasi	Bisnis Indonesia Award 2009	Nasional
The Best Outsourcing Partnership – Asia Pasifik 2009 (Silver)	ContactCenterWorld.com	Asia-Pasifik
The Best Operator CDMA	Cellular Show 2009	Nasional

Service Quality Award 2009	Majalah Marketing Indonesia dan Carre-CCSL	Nasional
The Good Corporate Governance Non Financial Sector	Indonesian Institute for Corporate Directorship (IICD) dan Majalah Business Review	Nasional
Cellular GSM Service Point	Majalah Marketing	Nasional
Indonesian CSR Award 2008	**Corporate Forum for Community Development dan Menteri Sosial RI**	**Nasional**
Top Brand Award untuk Internet Service Provider (Speedy & PT. Telkom Tbknet Instant), Pre Paid CDMA (Flexi Trendy), Post Paid CDMA (Flexi Classy)	Majalah Marketing bekerja sama dengan Frontier	Nasional
The Best Operational Center (Gold), The Best Business Contribution (Gold), The Best Technology Innovation (Bronze), The Best Manager Above 100 Seat (Bronze)	Contact Center Award oleh ICCA (Indonesia Contact Center Association)	Nasional
Asia Best Companies 2009, Best Managed Company (Rank 2nd), Best Corporate Governance (Rank 6th) , Best Investor Relations (Rank 4th), Best Corporate Social Responsibility (Rank 2nd), Most Commited to a strong dividend policy (1st)	Finance Asia	Asia
Urutan ke 675	Forbes Global 2000	Internasional

Saham PT. Telkom Tbk per 31 Desember 2008 dimiliki oleh pemerintah Indonesia (52,47%) dan pemegang saham publik (47,53%). Saham PT. Telkom Tbk tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI), New York Stock Exchange (NYSE), London Stock Exchange (LSE) dan Tokyo Stock Exchange, tanpa tercatat. Harga saham PT. Telkom Tbk di BEI pada akhir Desember 2008 sebesar Rp 6.900. Nilai kapitalisasi pasar saham PT. Telkom Tbk pada akhir tahun 2008 mencapai Rp 139,104 miliar atau 12,92 % dari kapitalisasi pasar BEI. Dengan pencapaian dan pengakuan yang diperoleh PT. Telkom Tbk, penguasaan pasar untuk setiap portofolio bisnisnya, kuatnya kinerja keuangan, serta potensi pertumbuhannya di masa mendatang, PT. Telkom Tbk menjadi model korporasi terbaik Indonesia.

4.1.2 Struktur Organisasi

Bentuk Strukur Organisasi PT. Telkom Tbk (Gambar 4.1) adalah oraginsasi berbentuk Staff dan Line. Dalam strukur organisasi garis terlihat jelas bahwa atasan secara langsung berwenang memberikan perintah kepada bawahannya dan sebaliknya bawahan langsung bertanggung jawab kepada atasan yang langsung membawahinya.

4.1.3 Deskripsi Jabatan

1. Dewan Komisaris

Dewan komisaris bertanggung jawab dalam pengawasan kebijakan dan aktifitas yang dilakukan oleh direksi dalam, pengelolaan perusahaan dan memberikan masukan pada direksi pada hal-hal yang berhubungan dengan perkembangan perseroan, anggaran tahunan dan rencana bisnis, serta anggaran dasar perseroan. Dewan komisaris juga menyetujui laporan keuangan dan laporan tahunan perseroan yang ditetapkan direksi.

Dalam melakukan tugasanya dewan komisaris dibantu oleh sejumlah komite yang tugas dan tanggung jawabnya diuraikan dibawah ini:

a. Komite Audit

Komite audit beranggotakan tujuh orang, terdiri dari dua komisaris Independen, Komisaris dan empat orang anggota Independen dari luar PT. Telkom Tbk. Komite audit diketuai oleh seorang komisaris Independen perseroan. Dua anggota memiliki keahliam dibidang keuangan dan akuntansi, serta pengendalian internal. Komite audit bekerja berdasarkan chater komite audit yang ditetapkan dengan keputusan dewan komisaris yang antara lain berisi tujuan, fungsi, tanggung jawab, dan wewenang komite audit. Komite ini mengkaji

laporan keuangan sebelum dipublikasikan, memilih dan merekomendasikan kandidat untuk auditor Independen (akuntan publik), mengawasi akuntan publik, memantau efektivitas pengendalian internal, dan menyelia kepatuhan perseroan sesuai peraturan dan perundangan, serta mengemban tugas-tugas khusus dari dewan komisaris.

Secara garis besar charter berisi maksud, fungsi dan tanggung jawab audit dan secara khusus menerangkan bahwa komite audit bertanggung jawab untuk:

1. Mengawasi proses pelaporan keuangan PT. Telkom Tbk dengan seizin dewan komisaris, sebagai bagian dari tanggung jawab, komite audit memberikan rekomendasi kepada dewan komisaris mengenai pemilihan auditor eksternal untuk disetujui pemegang saham.
2. Melakukan pemabahasan bersama dengan auditor internal dan eksternal mengenai cakupan dan rencana khusus untuk kegiatan audit mereka masing-masing. Selain itu juga membahas laporan keuangan konsilidasi PT. Telkom Tbk, dan cakupan perangkat pengendalian internal PT. Telkom Tbk. Melakukan pertemuan rutin dengan auditor internal dan eksternal PT. Telkom Tbk tanpa dihadiri manajemen untuk membahas hasil laporan keungan secara keseluruhan.
3. Menjalankan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh dewan komisaris, khusunya yang berhubungan dengan keuangan dan akuntansi

b. Komite Nominasi dan Remunerasi

Tugas Komite Nominasi dan Remunerasi adalah:

1. Merumuskan kriteria seleksi dan prosedur nominasi untuk posisi-posisi strategis dalam perseroan berdasarkan prinsip GCG
2. Membantu dewan komisaris dan berkonsultasi dengan direksi dalam memilih kandidat untuk posisi strategis dalam perseroan
3. Merumuskan sistem remunerasi untuk direksi berdasarkan kinerja dan prinsip kewajaran

c. Komite Pengkajian dan Perencanaan (KPP)

Komite ini dibentuk untuk mengkaji Rencana Jangka Panjang perusahaan (RJPP) dan Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP) yang dilanjutkan dengan memberikan rekomendasi kepada direksi. Komite ini juga bertanggung jawab dalam menyelia dan memantau pelaksanaan rencana kerja perusahaan. Selama tahun 2005, KPP telah melakukan kegiatan, diantaranya menyelia pelaksanaan belanja modal (*Capital Expenditure*) yang telah disetujui dalam anggaran tahunan, menyampaikan usulan penyempurnaan kebijakan manajemen logistik, secara rutin mengevaluasi kinerja manajemen, melakukan kajian atas RJPP atau *Corporate Strategic Scenario* (CSS) untuk periode 2006-2010, investigasi di anak-anak perusahaan, keuntungan dan kerugian melakukan *Duollisting* dan secara komperhensif melakukan evaluasi terhadap rencana dan anggran kerja perusahaan untuk tahun 2006.

2. Direksi

Direksi PT. Telkom Tbk bertanggung jawab dalam penyusunan kebijakan, strategi bisnis, dan pelaksanaannya dalam kerangka manajemen perusahaan. Direktur utama bertanggung jawab dalam memadukan kebijakan dan sumber daya

PT. Telkom Tbk untuk mencapai sasaran dan tujuan, serta memastikan pelaksanaan kebijakan dan rencana kerja direksi. Sementara direktur lainnya bertanggung jawab dalam merumuskan kebijakan, rencana pengembangan, pengawasan pelaksanaan dan administarasi sesuai lingkup kerajanya. Dalam melaksanakan tugasnya, direksi dibantu oleh sejumlah komite eksekutif yang tugas dan tanggung jawabnya diuraikan dibawah ini.

Sampai dengan akhir 2005, direksi terdiri dari tujuh direktur, yang terdiri dari Direktur Utama sebagai *Chief Executive Officer* dan Wakil Direktur Utama sebagai *Chief Operating Officer*, serta liam Direktur yang masing-masing bertanggung jawab unutk bidang *Network & Solutions*, *Consumer, Enterprice & Wholeslae*, Keunagan dan Sumber Daya Manusia. Tiga direktorat yang pertama berada dalam koordinasi *Chief Operating Officer*.

Dalam melaksanakan tugasnya dewan direksi dibantu oleh sejumlah komite yang tugas dan tanggung jawabnya diuraikan di bawah ini:

a. Komite *Disclosure*

Komite *disclosure* (pengungkapan) terdiri dari 14 anggota senior dari berbagai unit yang diketahui oleh *Chief Financial Officer* (CFO). Tugas komite ini adalah mendukung manajemen PT. Telkom Tbk dalam merancang dan mengevaluasi prosedur dan pengendalian *disclosure* dan ikut serat dalam proses *disclosure*. Sejak dibentuk 18 Februari 2005, komite ini telah menyusun prosedur kerja internal yang behubungan dengan pengkajian dan persiapan laporan tahunan PT. Telkom Tbk dalam form 20-F.

b. Komite GCG

Komite GCG terdiri dari tujuh anggota dan diketahui oleh direktur sumber daya manusia. Komite ini bertanggung jawab dalam memantau sanksi hukum dan administratif yang dikeluarkan PT. Telkom Tbk.

3. Rapat Umum Dewan Komisaris

Rapat Dewan Komisaris PT. Telkom Tbk harus diselenggarakan sedikitnya satu kali dalam tuga bulan dan setiap saat:

a. Atas permintaan komisaris utama
b. Atas permintaan sepertiga anggota dewan komisaris
c. Atas permintaan tertulis dewan komisaris
d. Atas permintaan seorang atau kelompok pemegang saham PT. Telkom Tbk yang memiliki sedikitnya 10 % dari saham PT. Telkom Tbk dengan hak suara yang sah.

Kuorum dapat dewan komisaris tercapai jika lebih dari setngah anggota dewan komisaris hadir atau diwakilkan dengan kuasa kepada komisaris lain. Keputusan rapat diambil secara mufakat. Jika mufakat tidak terjadi maka dilakukan pemungutan suara diantara anggota dewan komisaris yang hadir atau yang diwakilkan dalam rapat. Jika hasilnya imbang, maka keputusan yang akan akan diambil tersebut akan dipertimbangkan untuk ditolak, rapat direksi dapat diselenggarakan sesuai keperluan atas permintaan:

a. Direktur Utama
b. Sedikitnya spertiga dari anggota direksi
c. Direksi, atau

d. Permintaan tertulis dari pemegang saham atau sekelompok pemegang saham PT. Telkom Tbk yang dimiliki sedikitnya 10 % dari saham PT. Telkom Tbk dengan hak suara yang sah.

Kuorum rapat dapat tercapai bila lebih dari setengah anggota direksi hadir atau diwakilkan dengan kuasa direktur lain. Pada rapat direksi, setiap direktur memiliki satu hak suara tambahan dari direktur lain yang diwakilinnya.

Keputusan arapat diambil secara mufakat, jika mufakat gagal memperoleh keputusan maka dilakukan pemungutan suara diantara anggota direksi yang hadir atau diwakilkan dalam rapat. Jika jumlah suaranya berimbang, maka keputusan akan ditentukan oleh ketua rapat.

4. Sekretaris Perusahaan

Sekretaris perusahaan bertanggung jawab diantarannya untuk memastikan bahwa fungsi dewan komisaris dan direksi sejalan dengan prosedur dan peraturan yang berlaku; menghadiri seluruh rapat dewan komisaris dan direksi serta membuat notulensi; menyampaikan informasi-informasi material dan bertindak sebagai penghubung dengan orientasi pasar modal; melakukan koordinasi kegaiatan; hubungan investor; dengan secara umum melakukan tugas-tugas kesekretariatan untuk dewan komisaris dan direksi.

5. *Corporate Compliance Group*

Corporate Compliance Group beranggotakan sejumlah staf senior dari berbagai unit yang bertanggung jawab untuk membantu dan memberikan saran kepada direksi dalam hal yang berhubungan dengan aspek kepatuhan dan perlindungan hukum pada setiap kegiatan usaha PT. Telkom Tbk.

6. *Corporate Transformation Group*

Corporate Transformation Group terdiri dari sejumlah staf senior dari berbagai unit yang bertanggung jawab, untuk membantu dan memberikan saran kepada direksi dalam hal-hal yang berkaitan dengan proses transformasi PT. Telkom Tbk menuju perusahaan jasa *Customer Centric*.

7. *Corporate Planning Group*

Corporate planning group beranggotakan sejumlah staf senior dari berbagai unit yang bertanggung jawab untuk membantu dan memberikan saran kepada direksi dengan perumusan rencana bisnis PT. Telkom Tbk baik jangka pendek maupun jangka panjang.

8. *Unit Sarbanes Oxley Act* (SOA)

Selain unit-unit pendukung, direksi juga dibantu oleh unit SOA yang terdiri dari beberapa staf senior dari bidang keuangan, akuntansi, pengendalian internal, dan legal. Tanggung jawab utamanya adalah melakukan koordinasi agar perencanaan dan pelaksanaan kegiatan pengendalian internal PT. Telkom Tbk dapat berlangsung secara terpadu.

Unit audit internal merupakan bagian dari struktur pengendalian internal PT. Telkom Tbk yang bertanggung jawab untuk melakukan audit dan penialian secara independen mengenai kehandalan dan keefektifan sistem dan mekanisme pengendalian internal PT. Telkom Tbk, serta membantu manajemen dan unit operasional untul mencapai target mereka masing-masing.

Audit internal melakukan kajian terhadap ketepatan dan kebenaran informasi perseroan, kepatuhan pada kebijakan, rencana bisnis, prosedur kerja PT.

Telkom Tbk, serta perundangan yang ada; pengendalian internal untuk menyelamtkan aset-aset perseroan; pemanfaatan sumber daya manusia secara efisien dan efektif; dan pencapaian sasaran tujuan PT. Telkom Tbk. Perseroan telah membentuk forum komunikasi auditor internal yang bekerja pada unit-unit yang berbeda untuk berbagai informasi yang berkaitan dengan aktifitas audit PT. Telkom Tbk.

Sebagai perusahaan yang tercatat di *New York Stok Excange*, PT. Telkom Tbk diantaranya harus memenuhi SOA *Section* 404 mengenai pengendalian internal terhadap pelaporan keuangan. Dengan bantuan dari konsultan manajemen *Ernst & Young*, PT. Telkom Tbk berhasil mengembangkan prosedur operasi standar. Untuk proses pengendalian internal terhadap pelaporan keuagan yang telah diterapkan pada persiapan laporan keuangan PT. Telkom Tbk untuk tahun yang berakhir tanggal 31 Desember 2005, karena luas dan kompleksnya proyeks tersebut, PT. Telkom Tbk telah membentuk gugus tugas khusus yang ditugaskan untuk menangani proyek pengendalian internal terpadu PT. Telkom Tbk.

4.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

Terdapat lima pilar bisnis yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk kantara lain sebagai berikut:

1. *Fixed Phone* (PT. Telkom Tbk Phone)

- Personal Line
- Corporate Line
- Wartel & Telum

2. *Mobile Phone* (PT. Telkom Tbk Sel)

- *Prepaid Services* (simPATI)
- *Postpaid Services* (Halo)

3. *Network & Interconnection* (PT. Telkom Tbk Intercarier)

- *Interconnection Services*
- *Network Leased Services*

4. Data & Internet

- *Leased Channel Service* (PT. Telkom Tbk Link)
- *Internet Service* (PT. Telkom Tbk Net)
- *VoIP Service* (PT. Telkom Tbk Save & Global 017)
- *SMS Service* from PT. Telkom Tbk (PT. Telkom Flexi & PT. Telkom Tbk sms)

5. *Fixed Wireless Access* (PT. Telkom Tbk Flexi)

- *Prepaid Services* (Flexi Trendy)
- *Postpaid Services* (Flexi Classy)

Visi dan Misi

- **Visi**

  To become a leading InfoCom player in the region

  PT. Telkom Tbk berupaya untuk menempatkan diri sebagai perusahaan *InfoCom* terkemuka di kawasan Asia Tenggara, Asia dan akan berlanjut ke kawasan Asia Pasifik.

- **Misi**

  PT. Telkom Tbk mempunyai misi memberikan layanan " *One Stop InfoCom Services with Excellent Quality and Competitive Price and To Be the Role Model as the Best Managed Indonesian Corporation* " dengan jaminan bahwa pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik, berupa kemudahan, produk dan jaringan berkualitas, dengan harga kompetitif.

  PT. Telkom Tbk akan mengelola bisnis melalui praktek-praktek terbaik dengan mengoptimalisasikan sumber daya manusia yang unggul, penggunaan teknologi yang kompetitif, serta membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis.

Program-Program CSR

Program-program CSR yang telah dilakukan oleh PT. Telkom Tbk dalah sebagai berikut:

Manajemen memiliki tema CSR yang termuat dalam Program Perusahaan. Berdasarkan tema tersebut PT. Telkom Tbk memilih atau menunjuk perusahaan, yayasan atau lembaga yang memiliki misi yang sama agar hasilnya lebih efisien dan kegiatannya efektif sehingga memberikan dampak *image* yang lebih menguntungkan perusahaan. Kegiatannya meliputi 3 aspek, yaitu: ekonomi, sosial dan lingkungan. CSR bagi PT. Telkom Tbk diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat semata (hanya bersifat *charity*) tetapi juga bagi keberlangsungan bisnis PT. Telkom Tbk sendiri.

a. Pelatihan Guru “Bagimu Guru Kupersembahkan” – Mulai tahun 2006
b. Santri Indigo (Pelatihan internet dan pembuatan blog bagi para santri) – Mulai 2007
c. Indigo Musik berbentuk Lomba Cipta Lagu – dilaksanakan bulan Juni 2009
d. *Speedy Tour Event* tahunan mulai tahun 2009 sd saat ini

Untuk mendukung kepudulian perusahaan dalam 3 bidang yaitu sosial, ekonomi CSR asal terkait dengan bisnis utama PT. Telkom Tbk yaitu Infokom dan biasanya bentuk kegiatan yang dilaksanakan PT. Telkom Tbk meliputi 7 pilar yaitu:

1. Pendidikan (*Education*) seperti: pelatihan guru, santri indigo, *internet go to school*, kampus dll
2. Kesehatan (*Health*) : membangun prasarana kesehatan di sekolah atau pemukiman warga, donor darah dll
3. Kebudayaan & Keadaban Indonesia (*Culture of Civility*): indigo musik atau memberikan bantuan untuk pelaksanaan olimpiade bagi penyandang cacat dll
4. Kemitraan (*Partnership*): memberikan bantuan kredit lunak kepada pengusaha kecil
5. Layanan Umum (*Public Service Obligation*) seperti membantu pembangunan gedung sekolah dan sarana ibadah
6. Lingkungan (*Environment*) seperti membantu penghijauan dll
7. Bantuan Kemanusiaan dan Bencana Alam (*Disaster & Rescue*) seperti menyalurkan bantuan untuk korban bencana alam dan lingkungan.

- Tujuan kegiatan Santri Indigo adalah:
  a. PT. Telkom Tbk dapat membangun image dan komunitas di pesantren
  b. Menjalin tercapainya syiar digital para pesantren
  c. Membantu pemerintah dalam mencerdaskan bangsa melalui pendidikan di pesantren
  d. *Customer Education*
- Tujuan kegiatan Pelatihan Guru adalah :
  a. PT. Telkom Tbk dapat membangun image dan komunitas di kalangan guru
  b. Memberikan wawasan baru pada guru untuk meningkatkan kepercayaan guru dalam mengajar
  c. Membantu pemerintah dalam mencerdaskan bangsa melalui pelatihan guru;
  d. *Customer Education.*
- Tujuan kegiatan Indigo Music adalah :
  a. Menjalin terciptanya masyarakat digital yang kreatif
  b. Membantu para kreator berkreasi musik
  c. Menumbuhkan kreator musik yang berbakat
  d. Memberikan apresiasi pada para kreator musik agar karyanya dapat dinikmati oleh masyarakat
  e. Membangun komunitas dari kalangan musik
  f. *Customer Education*

4.1.5 Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Yayasan Responden

No	Yayasan	f	%
1	Sosial	12	40,00
2	Lingkungan	1	3,33
3	Agama	3	10,00
4	Pendidikan	8	26,67
5	Lainnya	6	20,00
Jumlah		30	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan yayasan responden. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 12 orang (40,00%) yayasannya bergerak dalam bidang sosial, 8 orang (26,67%) yayasannya bergerak dalam bidang pendidikan, 6 orang (20,00%) yayasannya bergerak dalam bidang lainnya, 3 orang (10,00%) yayasannya bergerak dalam bidang agama dan 1 orang (3,33%) yayasannya bergerak dalam bidang lingkungan.

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	18	60,00
2	Wanita	12	40,00
Jumlah		30	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 18 orang (60,00%) berjenis kelamin pria dan 12 orang (40,00%) berjenis kelamin wanita.

Tabel 4.3

Usia Responden

No	Usia	f	%
1	<20 tahun	0	0,00
2	20-30 tahun	0	0,00
3	31-40 tahun	20	66,67
4	41-50 tahun	6	20,00
5	>50 tahun	4	13,33
Jumlah		30	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan usia. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 20 orang (66,67%) berusia antara 31 – 40 tahun, 6 orang (20,00%) berusia antara 41 – 50 tahun dan 4 orang (13,33%) berusia di atas 50 tahun.

Tabel 4.4

Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	f	%
1	SLTP	0	0,00
2	Sarjana	20	66,67
3	SMU	5	16,67
4	Pasca Sarjana	3	10,00
5	Sarjana Muda	0	0,00
6	Lainnya	2	6,67
Jumlah		30	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 20 orang (66,67%) berpendidikan sarjana, 5 orang (16,67%) berpendidikan smu, 3 orang (10,00%) berpendidikan pasca sarjana dan 2 orang (6,67%) berpendidikan lainnya.

Tabel 4.5

Jenis Media Masa Responden

No	Jenis Media Massa	f	%
1	Surat Kabar	8	26,67
2	Radio	2	6,67
3	Televisi	7	23,33
4	Internet	13	43,33
5	lainnya	0	0,00
Jumlah		30	100,00

Tabel di atas menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jenis media massa. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa 13 orang (43,33%) paling sering menggunakan media massa untuk memperoleh informasi jenis internet, 8 orang (26,67%) paling sering menggunakan media massa untuk memperoleh informasi jenis surat kabar, 7 orang (23,33%) paling sering menggunakan media massa untuk memperoleh informasi jenis televisi dan 2 orang (6,67%) paling sering menggunakan media massa untuk memperoleh informasi jenis radio.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Hasil Analisis Kualitatif

4.1.2.1 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program Pelatihan Guru Yang Dilakukan Oleh PT. Telkom Tbk

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
1	sangat mengetahui	5	5	16,67	25
	mengetahui	4	11	36,67	44
	cukup mengetahui	3	6	20,00	18
	tidak mengetahui	2	8	26,67	16
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**103**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengetahui sebesar 36,67%, tidak mengetahui sebesar 26,67%, cukup mengetahui sebesar 20,00%, dan sangat mengetahui sebesar 16,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan mengetahui mengenai program pelatihan guru yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk. hal tersebut dikarenakan karena PT. Telkom Tbk cukup banyak melakukan kegaiatan CSR dalam bidang pendidikan sehingga sebagain kecil responden mengetahui akan hal tersebut.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui/Pernah Mendengar/Membaca Tentang Program *Internet Go To School, Internet Go To Kampus* Di Tujukan Untuk Dapat Meningkatkan Mutu Pendidikan

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
2	sangat mengetahui	5	6	20,00	30
	mengetahui	4	12	40,00	48
	cukup mengetahui	3	8	26,67	24
	tidak mengetahui	2	4	13,33	8
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**110**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengetahui sebesar 40,00%, cukup mengetahui sebesar 26,67%, sangat mengetahui sebesar 20,00%, dan tidak mengetahui sebesar 13,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan mengetahui tentang program *internet go to school, internet go to kampus* di tujukan untuk dapat meningkatkan mutu pendidikan. Keseriusan PT. Telkom Tbk untuk dapat meningkatkan mutu pendidikan saat ini diketahui oleh responden dan mendapat perhatian khusus akan hal tersebut.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui/Pernah Mendengar/Membaca Tentang Program Kesehatan Yang Dilakukan PT. Telkom Tbk Berupa Bantuan Pangan Daerah Gagal Panen, Bantuan Gizi Buruk, Pengobatan Gratis Pasca Bencana Alam Serta *Ambulance*/Mobil Jenazah

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
3	sangat mengetahui	5	2	6,67	10
	mengetahui	4	7	23,33	28
	cukup mengetahui	3	15	50,00	45
	tidak mengetahui	2	5	16,67	10
	sangat tidak mengetahui	1	1	3,33	1
Skor			**30**	**100,00**	**94**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 50,00%, mengetahui sebesar 23,33%, tidak mengetahui sebesar 16,67%, sangat mengetahui sebesar 6,67% dan sangat tidak mengetahui sebesar 3,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan cukup mengetahui tentang program kesehatan yang dilakukan PT. Telkom Tbk berupa bantuan pangan daerah gagal panen, bantuan gizi buruk, pengobatan gratis pasca bencana alam serta *ambulance*/mobil jenazah. Adakalanya PT. Telkom Tbk membantu daerah gagal panen, bantuan gizi buruk, pengobatan gratis pasca bencana alam serta *ambulance*/mobil jenazah yang kemudian informasi tersebut terdapat di media sehingga responden mengatahui akan program itu.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program Kegiatan PT. Telkom Tbk Yang Bekerjasama Dengan PMI Indonesia Dalam Upaya Bantuan Kegiatan Donor Darah

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
4	sangat mengetahui	5	2	6,67	10
	mengetahui	4	4	13,33	16
	cukup mengetahui	3	12	40,00	36
	tidak mengetahui	2	11	36,67	22
	sangat tidak mengetahui	1	1	3,33	1
Skor			**30**	**100,00**	**85**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 40,00%, tidak mengetahui sebesar 36,67%, mengetahui sebesar 13,33%, sangat mengetahui sebesar 6,67% dan sangat tidak mengetahui sebesar 3,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui program kegiatan PT. Telkom Tbk yang bekerjasama dengan PMI Indonesia dalam upaya bantuan kegiatan donor darah. Adanya keterbaukaan dari PT. Telkom Tbk dengan melibatkan masyarakat secara luas sehingga program kerjasama yang dilaksanakan dapat diketahui secara umum.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Anda Mengetahui Program CSR PT. Telkom Tbk Dalam Membangun Kebudayaan Dan Keadaban Indonesia

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
5	sangat mengetahui	5	0	0,00	0
	mengetahui	4	5	16,67	20

	cukup mengetahui	3	14	46,67	42
	tidak mengetahui	2	11	36,67	22
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**84**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 46,67%, tidak mengetahui sebesar 36,67%, dan mengetahui sebesar 16,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam membangun kebudayaan dan keadaban imdonesia. Kebudayaan Indonesia dan keadabannya membuat PT. Telkom Tbk tergerak untuk dapat mengembangkan serta mempublikasikan akan hal tersebut yang kemudian diketahui oleh masyarakat.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program CSR Yang Dilakukan PT. Telkom Tbk Dalam Pelaksanaan Olimpiade Bagi Penyandang Cacat

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
6	sangat mengetahui	5	2	6,67	10
	mengetahui	4	7	23,33	28
	cukup mengetahui	3	14	46,67	42
	tidak mengetahui	2	7	23,33	14
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**94**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 46,67%, masing-masing mengetahui dan tidak mengetahui sebesar 23,33%, dan sangat mengetahui sebesar 6,67%. Jadi dapat

disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui program CSR yang dilakukan PT. Telkom Tbk dalam pelaksanaan olimpiade bagi penyandang cacat. Karena adanya kepedulian dari PT. Telkom Tbk khususnya terhadap para penyandang cacat, maka PT. Telkom Tbk memberikan dukungan untuk dapat berprestasi di bidangnya masing-masing sehingga hal tersebut diketahui oleh responden.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengatahui Program Kemitraan Yang Dilakukan Oleh PT. Telkom Tbk Dalam Membantu Pengusaha Kecil Dengan Pemberian Bantuan Kredit Lunak

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
7	sangat mengetahui	5	2	6,67	10
	mengetahui	4	15	50,00	60
	cukup mengetahui	3	13	43,33	39
	tidak mengetahui	2	0	0,00	0
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**109**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengetahui sebesar 50,00%, cukup mengetahui sebesar 43,33%, dan sangat mengetahui sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mengetahui program kemitraan yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk dalam membantu pengusaha kecil dengan pemberian bantuan kredit lunak. Dengan adanya beberapa pengusaha kecil yang telah dibantu modal usahanya oleh PT. Telkom Tbk maka hal tersebut di ketahui oleh responden lainnya.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program Kemitraan Yang Dilakukan PT. Telkom Tbk Antara Lain: Kemitraan Instalasi Kabel Rumah, Kemitraan Dengan *Cleaning Service*, Kemitraan Dengan Security, Kemitraan Dengan Pemelihara Tower (PPLT), Kemitraan Dengan Koperasi (Koptel & Kopegtel)

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
8	sangat mengetahui	5	8	26,67	40
	mengetahui	4	3	10,00	12
	cukup mengetahui	3	13	43,33	39
	tidak mengetahui	2	5	16,67	10
	sangat tidak mengetahui	1	1	3,33	1
Skor			**30**	**100,00**	**102**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 43,33%, sangat mengetahui sebesar 26,67%, tidak mengetahui sebesar 6,67%, mengetahui sebesar 10,00%, dan sangat tidak mengetahui sebesar 3,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui program kemitraan yang dilakukan PT. Telkom Tbk antara lain: kemitraan instalasi kabel rumah, kemitraan dengan *cleaning service*, kemitraan dengan *security*, kemitraan dengan pemelihara tower (pplt), kemitraan dengan koperasi (koptel & kopegtel). Banyaknya program kemitraan yang diselenggarakan oleh PT. Telkom Tbk yang dipromosikan melalui media masa maka kegiatan tersebut dapat diketahui oleh responden.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Layanan Umum PT. Telkom Tbk (*Public Service Obligation*) Dalam Pembangunan Gedung Sekolah Dan Sarana Ibadah

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
9	sangat mengetahui	5	8	26,67	40
	mengetahui	4	8	26,67	32
	cukup mengetahui	3	9	30,00	27
	tidak mengetahui	2	3	10,00	6
	sangat tidak mengetahui	1	2	6,67	2
Skor			**30**	**100,00**	**107**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 30,00%, masing-masing sangat mengetahui dan mengetahui sebesar 26,67%, tidak mengetahui sebesar 10,00%, dan sangat tidak mengetahui sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui layanan umum PT. Telkom Tbk (*public service obligation*) dalam pembangunan gedung sekolah dan sarana ibadah. Adanya gedung-gedung sekolah dan sarana ibadah yang didanai oleh PT. Telkom Tbk sehingga PT. Telkom Tbk dikenal oleh responden.

Tabel 4.15

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Layanan Umum PT. Telkom Tbk (*Public Service Obligation*) Dalam Meningkatkan Telemunikasi Di Perbatasan

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
10	sangat mengetahui	5	0	0,00	0
	mengetahui	4	5	16,67	20
	cukup mengetahui	3	12	40,00	36
	tidak mengetahui	2	12	40,00	24

	sangat tidak mengetahui	1	1	3,33	1
Skor			**30**	**100,00**	**81**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan masing-masing cukup mengetahui dan tidak mengetahui sebesar 40,00%, mengetahui sebesar 16,67%, dan sangat tidak mengetahui sebesar 3,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup menetahui dan tidak mengetahui layanan umum PT. Telkom Tbk (*public service obligation*) dalam meningkatkan telemunikasi di perbatasan. Terbukanya akses komunikasi bagi responden di perbatasan dengan komunitas responden lainnya sehingga dapat memperlancar *transformasi* informasi khusunya diantara responden.

Tabel 4.16

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program CSR PT. Telkom Tbk Dalam Upaya Perbaikan Lingkungan

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
11	sangat mengetahui	5	2	6,67	10
	mengetahui	4	15	50,00	60
	cukup mengetahui	3	9	30,00	27
	tidak mengetahui	2	3	10,00	6
	sangat tidak mengetahui	1	1	3,33	1
Skor			**30**	**100,00**	**104**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengetahui sebesar 50,00%, cukup mengetahui sebesar 30,00%, tidak mengetahui sebesar 10,00%, sangat mengetahui sebesar 6,67%, dan sangat tidak mengetahui sebesar 3,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam upaya perbaikan

lingkungan. Adanya kepedulian PT. Telkom Tbk terhadap kelestarian lingkungan dapat diketahui responden karena setiap kegaiatannya diliput oleh media masa.

Tabel 4.17

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui/Pernah Mendengar/Membaca Tentang Program CSR PT. Telkom Tbk Mengenai Perbaikan Lingkungan Masyarakat

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
12	sangat mengetahui	5	2	6,67	10
	mengetahui	4	14	46,67	56
	cukup mengetahui	3	12	40,00	36
	tidak mengetahui	2	2	6,67	4
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**106**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengetahui sebesar 46,67%, cukup mengetahui sebesar 40,00%, dan masing-masing sangat mengetahui dan tidak mengetahui sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan mengetahui tentang program CSR PT. Telkom Tbk mengenai perbaikan lingkungan masyarakat. Bantuan PT. Telkom Tbk terhadap lingkungan masyarakat menjadikan PT. Telkom Tbk dikenal oleh responden.

Tabel 4.18

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program CSR PT. Telkom Tbk Dalam Bantuan Kemanusiaan Dan Bencana Alam (*Disaster Dan Rescue*)

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
13	sangat mengetahui	5	6	20,00	30
	mengetahui	4	10	33,33	40

	cukup mengetahui	3	14	46,67	42
	tidak mengetahui	2	0	0,00	0
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**112**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 46,67%, mengetahui sebesar 33,33%, dan sangat mengetahui sebesar 20,00%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam bantuan kemanusiaan dan bencana alam (*disaster dan rescue*). Tampilnya PT. Telkom Tbk disetiap kegaiatan sosial menjadikan PT. Telkom Tbk diketahui oleh responden.

Tabel 4.19

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Bantuan Yang Dilakukan Oleh PT. Telkom Tbk Dalam Membantu Korban Gempa Di Pangalengan Tahun 2009 Lalu

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
14	sangat mengetahui	5	6	20,00	30
	mengetahui	4	8	26,67	32
	cukup mengetahui	3	11	36,67	33
	tidak mengetahui	2	5	16,67	10
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**105**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 36,67%, mengetahui sebesar 26,67%, sangat mengetahui sebesar 20,00%, dan tidak mengetahui sebesar 16,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui

bantuan yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk dalam membantu korban gempa di pangalengan tahun 2009 lalu. Untuk mengurangi beban penderitaan korban bencana alam Pangalengan pada tahun 2009 lalu PT. Telkom Tbk membantu dalam upaya perbaikan sarana maupun prasarana yang diperlukan masyarakat.

Tabel 4.20

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Bahwa PT. Telkom Tbk Membantu Mengatasi Masalah Pengangguran Dengan Menyerap Tenaga Kerja

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
15	sangat mengetahui	5	6	20,00	30
	mengetahui	4	8	26,67	32
	cukup mengetahui	3	14	46,67	42
	tidak mengetahui	2	2	6,67	4
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**108**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup mengetahui sebesar 46,67%, mengetahui sebesar 26,67%, sangat mengetahui sebesar 20,00%, dan tidak mengetahui sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup mengetahui bahwa PT. Telkom Tbk membantu mengatasi masalah pengangguran dengan menyerap tenaga kerja. PT. Telkom Tbk membutuhkan tenaga kerja dalam kegiatan usahannya maka PT. Telkom Tbk membuka lowongan kerja melalui media masa agar dapat diketahui oleh para pelamar kerja.

Tabel 4.21

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengetahui Program CSR PT. Telkom TbkDalam Melakukan Pelatihan Dan Pemagangan Guna Meningkatkan SDM

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
16	sangat mengetahui	5	3	10,00	15
	mengetahui	4	16	53,33	64
	cukup mengetahui	3	9	30,00	27
	tidak mengetahui	2	2	6,67	4
	sangat tidak mengetahui	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**110**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengetahui sebesar 53,33%, cukup mengetahui sebesar 30,00%, sangat mengetahui sebesar 10,00%, dan tidak mengetahui sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam melakukan pelatihan dan pemagangan guna meningkatkan SDM. Program pelatihan yang diselengarakan oleh PT. Telkom Tbk di publikasikan melalui media masa sehingga dapat dikentahui oleh masyarakat untuk dapat berpartisipasi dalam program tersebut.

Tabel 4.22

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

No	Indikator	Skor Total	Skor Ideal
1	Anda mengetahui program pelatihan guru yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk	103	150
2	Anda mengetahui/pernah mendengar/membaca tentang program internet go to school, internet go to kampus di tujukan untuk dapat meningkatkan mutu pendidikan	110	150
3	Anda mengetahui/pernah mendengar/membaca tentang program kesehatan yang dilakukan PT. Telkom Tbk berupa bantuan pangan daerah gagal panen, bantuan gizi buruk, pengobatan gratis pasca bencana alam serta ambulance/mobil jenazah	94	150
4	Anda mengetahui program kegiatan PT. Telkom Tbk yang bekerjasama dengan PMI Indonesia dalam upaya bantuan kegiatan donor darah	85	150
5	Anda mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam membangun kebudayaan dan keadaban Imdonesia	84	150
6	Anda mengetahui program CSR yang dilakukan PT. Telkom Tbk dalam pelaksanaan olimpiade bagi penyandang cacat	94	150
7	Anda mengatahui program kemitraan yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk dalam membantu pengusaha kecil dengan pemberian bantuan kredit lunak	109	150
8	Anda mengetahui program kemitraan yang dilakukan PT. Telkom Tbk antara lain: kemitraan instalasi kabel rumah, kemitraan dengan cleaning service, kemitraan dengan security, kemitraan dengan pemelihara tower (PPLT), kemitraan dengan koperasi (Koptel & Kopegtel)	102	150
9	Anda mengetahui layanan umum PT. Telkom Tbk (*public service obligation*) dalam pembangunan gedung sekolah dan sarana ibadah	107	150
10	Anda mengetahui layanan umum PT. Telkom Tbk (*public service obligation*) dalam meningkatkan telemunikasi di perbatasan	81	150
11	Anda mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam upaya perbaikan lingkungan	104	150
12	Anda mengetahui/pernah mendengar/membaca	106	150

	tentang program CSR PT. Telkom Tbk mengenai perbaikan lingkungan masyarakat		
13	Anda mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam bantuan kemanusiaan dan bencana alam (*disaster dan rescue*)	112	150
14	Anda mengetahui bantuan yang dilakukan oleh PT. Telkom Tbk dalam membantu korban gempa di Pangalengan tahun 2009 lalu	105	150
15	Anda mengetahui bahwa PT. Telkom Tbk membantu mengatasi masalah pengangguran dengan menyerap tenaga kerja	108	150
16	Anda mengetahui program CSR PT. Telkom Tbk dalam melakukan pelatihan dan pemagangan guna meningkatkan SDM	108	150
Total		1612	2400

Berdasarkan tabel diatas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap variabel tanggung jawab sosial perusahaan dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{1612}{2400} \text{ X } 100\% = 67{,}17\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebesar 67,17%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel tanggung jawab sosial perusahaan berada dalam kategori cukup baik.

4.1.2.1 Citra Perusahaan

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Percaya Program CSR Yang Telah Dilaksanakan Oleh PT. Telkom Tbk Telah Memiliki Manfaat Yang Besar

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
1	sangat percaya	5	6	20,00	30
	percaya	4	17	56,67	68
	cukup percaya	3	7	23,33	21
	tidak percaya	2	0	0,00	0
	sangat tidak percaya	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**119**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan percaya sebesar 56,67%, cukup percaya sebesar 23,33%, dan sangat percaya sebesar 20,00%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan percaya program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Telkom Tbk telah memiliki manfaat yang besar. Program CSR tersebut telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Tabel 4.24

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Dilihat Dari Kegiatan-Kegiatan CSRnya, PT. Telkom Tbk Merupakan Perusahaan Yang Bertanggung Jawab Secara Sosial

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
2	sangat setuju	5	7	23,33	35
	setuju	4	15	50,00	60
	cukup setuju	3	8	26,67	24
	tidak setuju	2	0	0,00	0
	sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**119**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 50,00%, cukup setuju sebesar 26,67%, dan sangat setuju sebesar 23,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju kegiatan-kegiatan CSRnya, PT. Telkom Tbk merupakan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. PT. Telkom Tbktelah memberikan banyak bantuan dalam bidang sosial untuk dapat membantu masyarakat.

Tabel 4.25

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan PT. Telkom Tbk Mempunyai Reputasi Yang Baik Di Masyarakat

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
3	sangat setuju	5	7	23,33	35
	setuju	4	12	40,00	48
	cukup setuju	3	11	36,67	33
	tidak setuju	2	0	0,00	0
	sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**116**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 40,00%, cukup setuju sebesar 36,67%, dan sangat setuju sebesar 23,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan setuju PT. Telkom Tbk mempunyai reputasi yang baik di masyarakat. PT. Telkom Tbk merupakan perusahaan yang dapat diandalkan karena dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Tabel 4.26

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Melalui Program CSRnya PT. Telkom Tbk Berusaha Untuk Dapat Mempertahankan Reputasinya Di Masyarakat

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
4	sangat setuju	5	3	10,00	15
	setuju	4	15	50,00	60
	cukup setuju	3	10	33,33	30
	tidak setuju	2	2	6,67	4
	sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**109**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju sebesar 50,00%, cukup setuju sebesar 33,33%, dan sangat setuju sebesar 10,00%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju program CSRnya PT. Telkom Tbk berusaha untuk dapat mempertahankan reputasinya di masyarakat. Dalam kegaiatan usahanya PT. Telkom Tbk berusaha untuk tidak mengecewakan sehingga mayarakat puas akan pelayanan yang diberikan.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan PT. Telkom Tbk Peduli Terhadap Pelanggan Dan Masyarakat

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
5	sangat perduli	5	8	26,67	40
	perduli	4	12	40,00	48
	cukup perduli	3	10	33,33	30
	tidak perduli	2	0	0,00	0
	sangat tidak perduli	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**118**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan perduli sebesar 40,00%, cukup perduli sebesar 33,33%, dan sangat perduli sebesar 26,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan setuju PT. Telkom Tbkpeduli terhadap pelanggan dan masyarakat. PT. Telkom Tbk memberikan jalan yang terbaik dalam meyelesaikan keluhan yang dirasakan oleh masyarakat.

Tabel 4.28

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Petugas Dari PT. Telkom Tbk Dalam Pelayanannya Telah Menunjukan Sikap Dan Tutur Kata Yang Sopan

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
6	sangat setuju	5	9	30,00	45
	setuju	4	10	33,33	40
	cukup setuju	3	10	33,33	30
	tidak setuju	2	1	3,33	2
	sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**117**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan setuju dan cukup setuju sebesar 33,33%, sangat setuju sebesar 30,00%, dan tidak setuju sebesar 3,33%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan setuju dan cukup setuju petugas dari PT. Telkom Tbk dalam pelayanannya telah menunjukan sikap dan tutur kata yang sopan. PT. Telkom Tbk mengutamakan *profesionalisme* dalam kegiatan usahannya.

Tabel 4.29

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Anda Mengenal Logo, Warna Dan Slogan PT. Telkom Tbk

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
7	sangat mengenal	5	10	33,33	50
	mengenal	4	18	60,00	72

	cukup mengenal	3	2	6,67	6
	tidak mengenal	2	0	0,00	0
	sangat tidak mengenal	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**128**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan mengenal sebesar 60,00%, sangat mengenal sebesar 33,33%, dan cukup mengenal sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden menyatakan mengenal logo, warna dan slogan PT. Telkom Tbk. Logo tersebut telah menjadi *icon* tersendiri di masyarakat.

Tabel 4.30

Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan Makna Logo, Warna Dan Slogan PT. Telkom Tbk Telah Sesuai Dengan Citra Perusahaan PT. Telkom Tbk Di Masyarakat

No	Pilihan Jawaban	Bobot	F	f (%)	Skor Total
8	sangat setuju	5	2	6,67	10
	setuju	4	12	40,00	48
	cukup setuju	3	14	46,67	42
	tidak setuju	2	2	6,67	4
	sangat tidak setuju	1	0	0,00	0
Skor			**30**	**100,00**	**104**

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang menyatakan cukup setuju sebesar 46,67%, setuju sebesar 40,00%, dan masing-masing sangat setuju dan tidak setuju sebesar 6,67%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagian kecil responden menyatakan cukup setuju makna logo, warna dan slogan PT. Telkom Tbk telah sesuai dengan citra perusahaan PT. Telkom Tbk di masyarakat. Pengabdian PT. Telkom Tbk sesuai dengan semangat yang terkandung didalam logo, warna, dan slogan yang menjadi *icon* PT. Telkom Tbk.

Tabel 4.31

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan

No	Indikator	Skor Total	Skor Ideal
1	Anda percaya program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Telkom Tbk telah memiliki manfaat yang besar	104	150
2	Dilihat dari kegiatan-kegiatan CSRnya, PT. Telkom Tbk merupakan perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial	128	150
3	PT Telkom Tbk mempunyai reputasi yang baik di masyarakat	117	150
4	Melalui program CSRnya PT. Telkom Tbk berusaha untuk dapat mempertahankan reputasinya di masyarakat	118	150
5	PT Telkom Tbk peduli terhadap pelanggan dan masyarakat	109	150
6	Petugas dari PT. Telkom Tbk dalam pelayanannya telah menunjukan sikap dan tutur kata yang sopan	116	150
7	Anda mengenal logo, warna dan slogan PT. Telkom Tbk	119	150
8	Makna logo, warna dan slogan PT. Telkom Tbk telah sesuai dengan citra perusahaan PT. Telkom Tbk di masyarakat	119	150
Total		930	1200

Berdasarkan tabel diatas, maka untuk mencari bagaimana sebenarnya tanggapan responden terhadap variabel citra perusahaan dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \text{ X } 100\%$$

$$\% \text{ skor aktual} = \frac{930}{1200} \text{ X } 100\% = 77{,}50\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap variabel citra perusahaan adalah sebesar 77,50%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan berada dalam kategori baik.

4.2.2 Hasil Analisis Kuantitatif

4.2.2.1 Analisis Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan *(Corporate Image)*

Untuk mengetahui **"**Pengaruh Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan *(Corporate Image)***"**, maka kita menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model sebagai berikut:

Y = a + bX

Dengan:

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

dan

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

Sehingga didapatkan nilai a dan b sebagai berikut :

Dari hasil perhitungan diperoleh :

n	= 30	∑ X²	= 58261,571
Σ X	= 1300,116	∑ Y²	= 13497,391
Σ Y	= 621,218	Σ XY	= 27811,053

$$a = \frac{\left(\sum y\right)\left(\sum x^2\right) - \left(\sum x\right)\left(\sum xy\right)}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$$

$$a = \frac{(621{,}218)(58261{,}571) - (1300{,}116)(27811{,}053)}{(30)(58261{,}571) - 1300{,}116^2}$$

$$a = 0{,}618$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)}{n\sum X_i^2 - \left(\sum X_i\right)^2}$$

$$b = \frac{(30)(27811{,}053) - (1300{,}116)(621{,}218)}{(30)(58261{,}571) - 1300{,}116^2}$$

$$b = 0{,}464$$

Diperoleh model regresi sebagai berikut:

Y = 0,618 + 0,464 X

Nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel *Corporate Social Responsibility* (X) bernilai nol atau *Citra Perusahaan* (Y) tidak dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility*, maka rata-rata *Citra Perusahaan* bernilai 0,618. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel *Corporate Social Responsibility* (X) meningkat sebesar satu satuan, maka *Citra Perusahaan* akan meningkat sebesar 0,464.

4.2.2.2 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui hubungan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (variabel X) dengan Citra Perusahaan *(Corporate Image)* (variabel Y), digunakan analisis korelasi Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^{\,2} - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^{\,2} - (\sum Y)^2\}}}$$

Dari perhitungan diperoleh:

n = 30

Σ X = 1300,116

Σ Y = 621,218

Σ XY = 27811,053

ΣX^2 = 58261,571

ΣY^2 = 13497,391

maka

$$r = \frac{(30)(27811{,}053) - (1300{,}116)(621{,}218)}{\sqrt{\{(30 \times 58261{,}571) - 1300{,}116^2\}\{(30 \times 13497{,}391) - 621{,}218^2\}}}$$

= 0,807

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,807 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan searah antara *Corporate Social Responsibility* (variabel X) dengan *Citra Perusahaan* (variabel Y). Artinya, semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* maka semakin meningkat *Citra Perusahaan*, atau semakin besar *Citra Perusahaan*, maka semakin meningkat *Corporate Social Responsibility*.

4.2.2.3 Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh antara Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (variabel X) terhadap Citra Perusahaan *(Corporate Image)* (variabel Y). ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

KD = r^2 x 100%

= $(0,807)^2$ x 100%

= 65,1%

Artinya, *Corporate Social Responsibility* (variabel X) memberikan pengaruh sebesar 65,1% terhadap *Citra Perusahaan* (variabel Y). Sedangkan sisanya sebesar 34,9% *Citra Perusahaan* dapat diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti oleh penulis.

4.2.2.4 Uji Hipotesis

$H_0 : \beta = 0$ Artinya, Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan *(Corporate Image).*

$H_1 : \beta \neq 0$ Artinya, Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap Citra Perusahaan *(Corporate Image).*

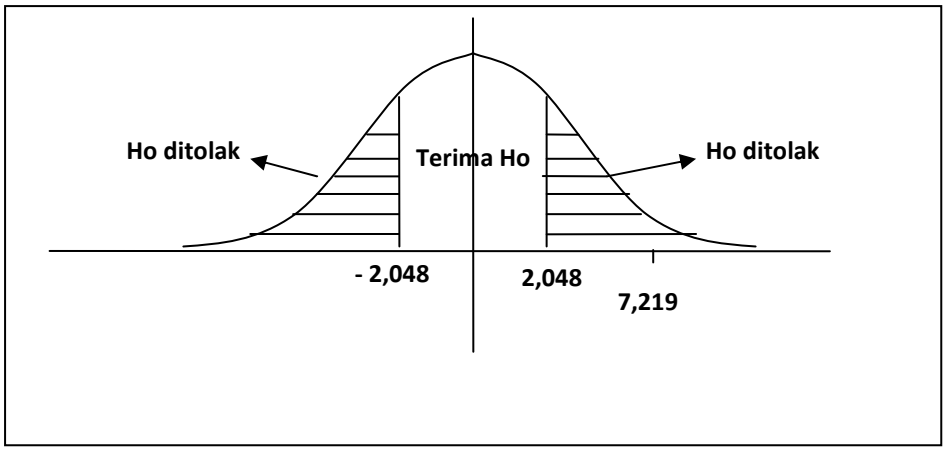
Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis diatas menggunakan yaitu menggunakan uji t student :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}} = \frac{0,807\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-(0,807)^2}} = 7,219$$

Dengan α = 5% dan dk = n-2 =28 diperoleh nilai t tabel sebesar 2,048.

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima Ho jika -t tabel < t hitung < t tabel
2. Tolak Ho jika t hitung > t tabel atau t hitung < -t tabel



Kurva Uji t

Gambar 4.1

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 7,219. Karena nilai t hitung (7,219) > t tabel (2,048), maka Ho ditolak. Artinya, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap *Citra Perusahaan*.