

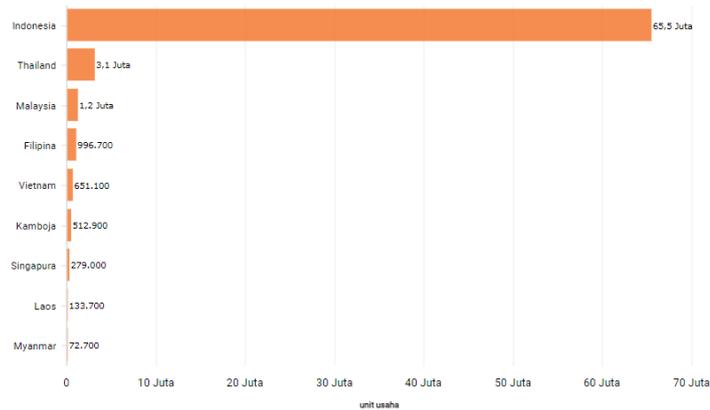
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan cerminan akuntabilitas perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawabnya sosialnya. *Corporate Social Responsibility* menurut Kotler, P & Lee, N (2005) adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai praktik bisnis serta pemanfaatan sumber daya yang ada. Di negara Indonesia, CSR diatur di dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”). Pada UU tersebut, dijelaskan bahwa suatu perusahaan yang melakukan kegiatan komersial di bidang yang disebutkan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial. Artinya, sudah menjadi keharusan bagi sebuah perusahaan baik itu perseroan maupun BUMN untuk menjalankan *Corporate Social Responsibility* atau biasa disebut TJSL (Tanggung Jawab Sosial Lingkungan). Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki program bakti yang dikenal sebagai Tanggung Jawab Sosial (TJSL). Pada Peraturan Menteri BUMN Nomor PER-6/MBU/09/2022 disampaikan bahwa program TJSL BUMN berfokus pada tiga sektor, yakni pendidikan, lingkungan hidup, dan UMKM. Keputusan BUMN untuk mendukung UMKM bertujuan menjaga keberlangsungan dan mendongkrak kualitas UMKM. Salah satunya, dengan memberikan peminjaman dana serta pendampingan bagi usaha mikro dan usaha kecil.

UMKM memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia. UMKM termasuk golongan sistem perekonomian mandiri yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut data Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM), kontribusi UMKM selalu mengalami kenaikan sepanjang tahun. Data menyatakan bahwa pada bulan Maret 2021, kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun. Selain itu, UMKM juga berperan dalam memperluas lapangan pekerjaan. UMKM berkontribusi menciptakan 35-97% untuk penciptaan lapangan kerja di wilayah ASEAN. Menurut ASEAN *Investment Report* yang dirilis September 2022, Indonesia memiliki UMKM terbanyak di wilayah kawasan ASEAN dibandingkan negara-negara tetangga lainnya, yang UMKM-nya hanya menyerap tenaga kerja di kisaran 35%-85% (Ahdiat A, 2022).



**Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN (2021)**

*Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)*

Namun, kondisi UMKM lokal di Indonesia sempat menurun pada dua tahun pertama pandemi COVID-19, masalah yang dihadapi seperti penurunan permintaan produk, kurangnya bahan baku, pendapatan yang menurun, serta penurunan nilai aset (Kemenkeu, 2023). Berdasarkan hal tersebut diperlukan uluran tangan pemerintah dan instansi, baik itu melalui program maupun kebijakan.

Berdasarkan fenomena yang telah disampaikan, peneliti menyimpulkan bahwa UMKM memberikan kontribusi signifikan dalam pemerataan ekonomi di Indonesia. Maka dari itu, dengan memperkuat UMKM di setiap daerah, pemerintah dan perusahaan dapat mengikis kesenjangan ekonomi dan memberantas kemiskinan. Pada kasus ini, BUMN berperan mendukung UMKM secara komprehensif melalui kolaborasi bersama pemerintah dan sektor swasta lainnya. Perusahaan BUMN dapat mendukung pengembangan inovasi melalui pemberian modal serta pelatihan keterampilan bisnis. Dengan demikian, upaya ini diharapkan dapat membangun kelompok masyarakat yang mandiri dan berdaya.

Salah satu alasan BUMN melakukan pembinaan UMKM adalah untuk mengembangkan potensi lokal. Seperti memanfaatkan aset yang ada agar lebih bernilai & menghasilkan keuntungan. Namun sebelum itu, aset-aset di dalam masyarakat sudah seharusnya melewati proses pemetaan. Pemetaan dalam CSR berguna untuk mendapatkan informasi terkait isu dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat (Riyanti & Raharjo, 2021). Jika aset tidak teridentifikasi dan terkelola dengan baik, maka program CSR terancam gagal. Karena data yang dikumpulkan tidak didasarkan pada kondisi sebenarnya dan akan sulit bagi perusahaan untuk mempertahankan programnya dalam jangka panjang. Alhasil aset tidak termanfaatkan

dengan baik dan potensi masyarakat juga kurang berkelanjutan. Dengan demikian, peneliti menemukan urgensi dimana perusahaan perlu melakukan pendekatan yang tepat khususnya pada analisis aset. Terutama, bagi BUMN yang menjalankan program pembinaan UMKM, keduanya perlu menjalin kolaborasi yang bersinergi. Karena selain membangun simbiosis mutualisme, keduanya sama-sama mempengaruhi kemajuan ekonomi negara.

Salah satu bentuk CSR yang sering diterapkan di Indonesia adalah *community development*. Meskipun CSR bukan semata-mata *community development*, namun hal ini sesuai dengan situasi dan kebutuhan masyarakat yang masih terjebak kemiskinan. Tingkat pengangguran yang tinggi rendahnya kualitas pendidikan dan kesehatan menjadi faktor utama sulitnya memutus rantai kemiskinan (Saleh & Sihite, 2020). Maka dari itu, perusahaan yang menerapkan konsep ini akan memberikan fokus yang lebih besar pada perkembangan sosial dan penguatan kapasitas masyarakat sehingga mereka dapat mengeksplorasi potensi komunitas lokal sebagai modal sosial perusahaan untuk kemajuan dan pengembangan (Jahidin, Arafah, & Kusnadi, 2023). Dengan demikian, *community development* akan berfokus pada terbangunnya kemandirian melalui kegiatan pengembangan. Masyarakat tidak hanya diberikan bantuan berupa materi, tetapi juga akses untuk menunjang kemandiriannya. Salah satu perusahaan BUMN yang aktif menyelenggarakan CSR melalui *Community Development* adalah PT Telkom Indonesia.



**Gambar 1.2 Telkom Indonesia Meraih Juara 1 *Creating Shared Value* (CSV)**

*Sumber: [Telkom.co.id](http://Telkom.co.id)*

PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi. Telkom sendiri selalu mendapatkan penghargaan atas dedikasinya melakukan CSR. Beberapa penghargaan yang diraih

seperti *Top CSR Awards 2022*, *Top CSR of The Year 2022 (The Best of CSR Impact, Concept, and Donation Value)* dan *Top CSR of The Year 2022*. Penghargaan-penghargaan tersebut merupakan wujud keseriusan Telkom Indonesia dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility*. Telkom Indonesia memiliki unit pelaksana sekaligus pengawas jalannya operasional CSR yaitu *Community Development Center (CDC)*. Kegiatan CSR PT. Telkom Indonesia merujuk pada sebuah program fundamental yaitu “SHARE”. SHARE sepaham dengan nilai-nilai utama GCG dan ISO 26000 yaitu meraih target tujuan pembangunan berkelanjutan. Berikut adalah uraian singkat dari setiap programnya:

1. *Sustaining digital community education to support crowdsourcing proliferation*
2. *Harnessing SME digital transformation to drive economic growth*
3. *Accelerating synergy initiative to foster smart digital ecosystem*
4. *Revitalizing excellent TJSJL digitalization and data analytics*
5. *Enabling strong TJSJL branding, governance, & reporting management*

Mengacu pada program SHARE, Telkom berfokus pada program digitalisasi. Terdapat kluster-kluster yang dioptimalkan diantaranya Kluster Digital Pendidikan, Kluster Digital UMK, serta Kluster Masyarakat Digital. Salah satu kluster yang telah mendapatkan penghargaan melalui rangkaian program digitalisasi adalah kluster Usaha Mikro Kecil. Peraihan penghargaan tersebut menunjukkan kesungguhan Telkom Indonesia dalam memajukan sistem ekonomi modern di Indonesia.



**Gambar 1.3 Telkom Indonesia Raih Kategori *Economic Development Initiatives* melalui Program Digitalisasi UMK**

*Sumber: Okezone.com*

Sebagai *leading* perusahaan telekomunikasi di Indonesia, Telkom mengedepankan teknologi digital dalam melaksanakan CSR, salah satunya program kemitraan UMK. Beberapa kegiatannya seperti pengembangan *digital platform* UMK, pembentukan UMK Millennial, serta meningkatkan kapasitas mitra binaan mengacu pada pendekatan “*Go Modern - Go Digital - Go Online - Go Global*”. Kemudian Telkom juga menyediakan infrastruktur, platform, hingga layanan digital sebagai bagian strategi CSR agar menghasilkan UMK yang selaras dengan perkembangan zaman. Namun nyatanya, ekosistem digital masih terasa asing bagi sebagian masyarakat. Kapabilitas masyarakat merupakan hal krusial dalam menghadapi masalah ini. Meskipun Telkom memberikan pelatihan digitalisasi pada UMK, tetap diperlukan evaluasi lebih lanjut agar mitra binaan dapat memberikan umpan balik. Melalui evaluasi ini, perusahaan dan mitra binaan dapat memahami kendala satu sama lain.



**Gambar 1.4 Dokumentasi Bazaar UMK Binaan Telkom Indonesia Pada HUT Telkom Ke-57**

*Sumber: Dokumentasi Arsip Perusahaan*

Telkom sendiri menyediakan layanan aplikasi yang membantu aktivitas UMK. Beberapa aplikasi luncuran Telkom diantaranya, aplikasi my sooltan, sooltan kasir, sooltan pay, my sooltan partner, dan sooltan cam. Aplikasi-aplikasi tersebut dianggap sebagai solusi digital bagi UMK agar bisa bermigrasi bisnis dari model luring ke daring. Namun kenyataan di lapangan, hal ini justru menjadi salah satu hambatan mitra binaan. Alasannya karena setiap aplikasi memiliki fungsi tersendiri, pelaku UMK perlu mengingat dan memahami setiap fiturnya secara rinci. Banyaknya aplikasi yang ditawarkan membuat UMK seringkali kebingungan ketika menggunakannya. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan respon perusahaan terkait masalah ini. Karena esensi diciptakannya aplikasi digital adalah memberikan akses praktis, bukan menyulitkan penggunaannya.

Program CSR yang mengusung pendekatan digital mengharuskan perusahaan merancang kegiatan sesuai dengan kondisi masyarakatnya. Perusahaan perlu memastikan penerima bantuan sudah mengetahui bahwa program pengembangan ini berbasis digital. Dimana mereka (mitra binaan) wajib mengikuti pelatihan digital sebagai bagian dari program. Namun hal tersebut sepatutnya tidak terlepas dari keterlibatan mitra binaanya. Dalam kasus ini, perusahaan tidak boleh menolak aspirasi pelaku UMKM dalam perancangan kegiatan. Karena aspirasi masyarakat dapat memandu perusahaan untuk menciptakan program yang berkelanjutan. Artinya, CSR tidak semata-mata memberikan efek jangka pendek, tetapi mendukung kesejahteraan jangka panjang. Terlebih perusahaan harus menggiring masyarakat untuk keluar dari zona nyamannya. Karena upaya digitalisasi perlu adanya penerimaan dan pembiasaan dari masyarakat itu sendiri. Sehingga kritik dan saran masyarakat dapat membantu perusahaan menyelenggarakan pembinaan yang lebih relevan.

Pendekatan ekonomi digital pada pengembangan masyarakat perlu mempertimbangkan aset-aset yang dimiliki seperti halnya aset manusia dan aset fisik. Aset manusia mencakup keterampilan dan pengetahuan masyarakat. Dalam kasus ini, pengetahuan tentang perangkat digital menjadi salah satu elemen esensial. Karena apabila target sasaran merupakan golongan yang minim pengetahuan digital, maka mereka membutuhkan pembinaan intensif agar mereka terbiasa berpindah dari sistem konvensional ke sistem digital. Begitu pula alat komunikasi seperti *smartphone* yang merupakan aset fisik. Meskipun kini hampir semua orang mempunyai *smartphone*, bukan berarti spesifikasinya sudah memadai. Terlebih, Telkom mengembangkan banyak aplikasi *smartphone support* sehingga, performa *smartphone* perlu menyesuakannya. Oleh sebab itu, Telkom sebaiknya mengkaji kembali bagaimana keberlangsungan proses digitalisasi pada program kemitraan CSR-nya.

Terdapat dua penelitian terdahulu yang mengangkat topik pengelolaan program kemitraan CSR PT Telkom Indonesia. Penelitian pertama berjudul “*Analisis Pelaksanaan Program Kemitraan dalam Rangka Pemberdayaan UKM (Studi Kasus Program Kemitraan PT Telkom Cabang Palu Sulawesi Tengah)*” oleh Fitria dan Jurana (2015). Penelitian ini mengangkat masalah terkait pengelolaan kegiatan kemitraan UMK. Peran PT Telkom Indonesia seharusnya tidak hanya memberikan aliran dana tetapi juga pembinaan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMK. Namun kenyataannya, perusahaan cenderung mengutamakan pemberian

bantuan saja dan pembinaan UMK belum dijalankan secara optimal. UMK binaan Telkom menganggap pelatihan yang diberikan perusahaan kurang menarik dan membosankan. Dengan demikian perusahaan perlu mengkaji sektor-sektor yang mewakili bidang UMK sesuai kebutuhan usaha serta latar belakang pendidikan pelaku UMK. Berdasarkan penelitian tersebut, peneliti melihat adanya kesamaan masalah dimana Telkom seharusnya memberikan pembinaan intensif sesuai kebutuhan usaha dan latar belakang pelaku UMK. Perusahaan selayaknya memahami apa yang mitranya butuhkan agar rangkaian kegiatan dapat disesuaikan. Kemudian untuk perbedaan penelitian, penelitian sebelumnya menganalisis kesesuaian program dengan SOP & prosedur perusahaan, sedangkan analisis pada penelitian ini menggunakan teori *Asset Based Community Development*. Kemudian lokasi penelitian dilakukan di regional yang berbeda yaitu unit CDC Regional 3 Jawa Barat tepatnya di Kota Bandung.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian dari Permatasari dan Prabawani (2021), yang berjudul "*Analisis Program Kemitraan CSR PT. Telekomunikasi Indonesia dalam Upaya Peningkatan Kinerja UMKM.*" Dalam penelitian tersebut, terdapat pernyataan bahwa meskipun status laporan angsuran pengembalian dana termasuk kategori lancar, hal ini kurang menggambarkan kinerja mitra binaan. Mengingat perkembangan usaha dipengaruhi oleh modal, bahan baku, tenaga kerja, pemasaran, teknologi serta indikator lainnya. Untuk itu, penelitian bertujuan menganalisis sejauh mana pelaksanaan CSR Program Kemitraan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Kemitraan PT. Telkom Witel Semarang mengalami peningkatan dari berbagai indikator seperti peningkatan modal usaha, pengembangan organisasi, hingga pemasaran melalui media sosial. Lalu terkait evaluasi program, evaluasi hanya berbentuk rekapitulasi pengembalian dana. Permatasari dan Prabawani (2021) selaku peneliti menyarankan agar evaluasi dilakukan secara berkala untuk mendapatkan umpan balik dari program kemitraan. Kemudian Telkom Indonesia diharapkan dapat meningkatkan pengembangan Program Kemitraan CSR berbasis pemberdayaan masyarakat sesuai dengan potensi mitra binaan (Permatasari & Prabawani, 2021). Berdasarkan hal tersebut, peneliti melihat masalah yang sama terjadi di CDC regional lainnya, dimana perusahaan perlu mengevaluasi program agar mendapatkan *feedback* serta mengembangkan program berbasis potensi mitra binaan. Namun terdapat perbedaan pada penelitian, dimana penelitian tersebut bertujuan menganalisis sejauh

mana program dilaksanakan dengan membandingkan UMK sebelum dan sesudah menjadi mitra. Berbeda dengan penelitian ini yaitu meneliti program kemitraan UMK yang dianalisis berdasarkan pendekatan pengembangan komunitas berbasis aset. Kemudian penelitian ini dilaksanakan di regional yang berbeda yaitu unit CDC Regional 3 Jawa Barat tepatnya di Kota Bandung.

Setelah meninjau penelitian terdahulu, peneliti memandang perusahaan perlu kritis memahami keadaan masyarakat termasuk aset dan potensi calon binaannya. Artinya, pelaksanaan program CSR harus dibarengi riset dimana perusahaan secara proaktif mengidentifikasi dan memahami kapasitas target sasarannya. Inisiatif perusahaan didasarkan pada bagaimana perusahaan mengintegrasikan harapan masyarakat dengan keputusan operasional bisnis. Dengan demikian, perusahaan dapat membangun dialog sosial yang baik sekaligus menciptakan kesepahaman makna dengan pihak penerima CSR. Disini peneliti melihat adanya urgensi dimana perusahaan perlu memperhatikan aset mitra binaan. Karena aset merupakan sumber daya yang dimiliki oleh sebuah komunitas secara kolektif. Memerhatikan aset berarti mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi yang ada di dalam komunitas. Sehingga komunitas dapat mengembangkan kekuatan internal secara berkelanjutan.

Untuk mengetahui aset yang dimiliki masyarakat, pihak perusahaan dapat melakukan pendekatan dalam menggali informasi. Salah satu pendekatan yang dapat diaplikasikan yaitu melalui analisis *Asset Based Community Development (ABCD)*. Pengembangan berbasis aset muncul dari asumsi bahwa masalah yang berada di masyarakat adalah masyarakat itu sendiri. Ibrahim dalam Mawasti & Amalia (2021) menyatakan bahwa pendekatan ABCD berfokus pada pemanfaatan aset lokal dan kekuatan individu yang memainkan peran krusial dalam proses pembangunan. Di Indonesia, penelitian tentang ABCD banyak dikembangkan dalam pengabdian masyarakat desa seperti pendampingan di sektor pendidikan, pengembangan wisata daerah, serta pemberdayaan usaha mikro kecil menengah. Contoh penelitian terkait pemberdayaan UMKM yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ulya & Agustin (2022) dengan judul penelitian "*Penguatan UMKM Melalui Pembuatan Merek Dagang dan Label Pada UMKM Jajanan Camilan Di Desa Joresan Mlarak Ponorogo*". Masalah yang ditemukan pada desa tersebut adalah ketatnya persaingan pengenalan produk. Untuk mengurangi kelemahan dan hambatan, Ulya & Agustin (2022) memutuskan melakukan pendampingan dalam penguatan UMKM melalui metode

ABCD. Hasil pendampingan memberikan efek positif seperti peningkatan produksi dan pemasaran produk. Kemudian penelitian dengan topik serupa oleh Pramono et al., (2021), dengan judul penelitian “*Pendampingan Integrasi Usaha Menengah Kecil Masyarakat Desa Jatisari Melalui Digitalisasi Marketing*”. Program pengabdian dilakukan dengan tujuan mengembangkan aset yang ada melalui sosialisasi digitalisasi *marketing*. Setelah melaksanakan program, penelitian tersebut membawa perubahan berupa peningkatan *skill*, peningkatan pendapatan, dan produk jauh lebih dikenal masyarakat luas. Setelah mengamati penelitian terdahulu terkait penerapan ABCD di Indonesia, peneliti melihat adanya peluang penelitian untuk menganalisis program CSR yang diimplementasikan dengan *community development*. Mengingat beberapa implementasi CSR di perusahaan (BUMN) dilaksanakan dalam bentuk *Community Development* yang target sarannya adalah UMKM. Dengan mengadopsi ABCD, perusahaan dapat berperan aktif dalam memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi komunitas, sembari menciptakan nilai bagi perusahaan itu sendiri.

Pendekatan pengembangan komunitas berbasis aset pada CSR perusahaan pernah diteliti oleh Riyanti dan Raharjo, (2021) dengan judul penelitian “*Asset Based Community Development dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR)*”. Penelitian ini menggambarkan pendekatan pengembangan komunitas berbasis aset dalam program CSR yang dapat diimplimentasikan oleh perusahaan. Salah satu perusahaan yang menerapkan *Asset Based Community Development* (ABCD) adalah PT Pertamina Hulu Energi. Calon penerima bantuan program CSR PHE adalah masyarakat/instansi/lembaga yang mengajukan proposal dan sesuai dengan kriteria yang ada. Dalam keterangannya, PT Pertamina Hulu Energi atau pihak lainnya dominan berperan sebagai fasilitator serta mitra atau pendamping. Artinya, perusahaan bukan pelaku utama melainkan masyarakat itu sendiri pelaku utama pengembangan masyarakat. Dengan demikian, Riyanti dan Raharjo (2021), melihat adanya potensi dari pendekatan ABCD untuk diterapkan dalam CSR. Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui penerapan CSR di perusahaan BUMN lainnya, yaitu Telkom Indonesia. Telkom Indonesia menjalankan program CSR dalam bentuk *community development* sama seperti PT Pertamina. Kemudian mengenai perbedaan penelitian, penelitian tersebut hanya menyebutkan dan menjelaskan peran perusahaan pada program yang dijalankan. Sedangkan peneliti akan membedah proses pelaksanaan

program CSR-nya yaitu program Pendanaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil (PUMK) yang dikelola oleh Telkom Indonesia.

Ketika merencanakan CSR, proses pemetaan sosial dilakukan untuk mencari informasi tentang permasalahan di masyarakat. Pemetaan sosial berfungsi untuk mendalami kondisi lingkungan dan juga aspek sosial ekonomi. Kemudian dengan mempertimbangkan aset di dalamnya, perusahaan tidak hanya memberikan bantuan berupa materi melainkan akses keberkelanjutan. Kemudian tahapan dilanjutkan dengan mobilisasi program berdasarkan data hasil pemetaan. Melalui pendekatan *Asset Based Community Development*, kisah keberhasilan masyarakat dihimpun dan dipetakan berdasarkan sumber daya yang dimiliki komunitas baik secara individu maupun kelembagaan. Selanjutnya, pendekatan ini akan mengorganisir kelompok-kelompok secara lebih mendalam dan membentuk hubungan yang bermanfaat bagi masyarakat (Mawasti & Amalia, 2021).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti melihat urgensi riset ini untuk meneliti program kemitraan UMK PT Telkom Indonesia untuk dianalisis menggunakan teori *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang akan diperoleh dengan wawancara dan observasi pada Unit CDC PT Telkom Indonesia. Alasan peneliti tertarik untuk melakukan riset ini karena program CSR merupakan bentuk kesadaran perusahaan dalam menanggulangi isu sosial dan lingkungan. Sehingga, bantuan harus diberikan secara tepat agar menghasilkan efek signifikan. Dengan demikian peneliti menginisiasi judul penelitian **“Analisis *Asset Based Community Development* Pada Program Kemitraan CSR (Klaster Digital UMK) PT Telkom Indonesia”**

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Bagaimana pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) pada program Kemitraan CSR PT Telkom Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) PT Telkom Indonesia kepada mitra binaan CSR klaster digital UMK.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada aspek teoritis yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penelitian sejenis sehingga memberikan referensi atau rujukan untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya juga sebagai komparasi penelitian tentang CSR, *Community Development*, dan *Asset Based Community Development*

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis yaitu:

1. Bagi Perusahaan:  
Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk lebih baik lagi dalam membuat program CSR.
2. Bagi Stakeholders:  
Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi saran bagi para pemangku kepentingan untuk lebih mempertimbangkan kesesuaian pemberian bantuan dengan apa yang dibutuhkan masyarakat.

## 1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober tahun 2022 yang dimulai dari penentuan topik, judul, serta objek penelitian kemudian dilanjutkan dengan proses penyusunan BAB I, BAB II, BAB III dan penyerahan *Desk Evaluation* dilaksanakan pada Februari tahun 2023. Kemudian penyusunan BAB IV, BAB V, dan pendaftaran skripsi dilaksanakan pada Agustus 2023 Berikut adalah tabel waktu periode penelitian

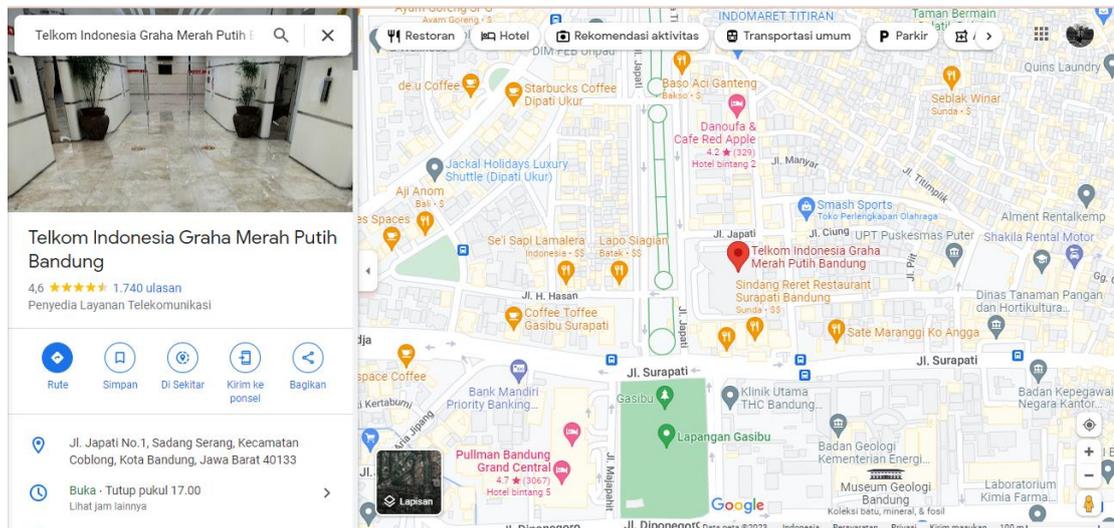
**Tabel 1.1 Waktu Periode Penelitian**

Tahapan	Waktu Pengerjaan										
	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
Menentukan topik, judul, dan objek penelitian											

<b>Proses Penyusunan BAB I</b>										
<b>Proses Penyusunan BAB II</b>										
<b>Proses Penyusunan BAB III</b>										
<b>Desk Evaluation</b>										
<b>Pengumpulan data riset melalui wawancara dan dokumentasi</b>										
<b>Pendaftaran Sidang</b>										

*Sumber: Olahan Peneliti (2023)*

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Telkom Indonesia Graha Merah Putih, di Jl. Japati No.1, Sadang Serang, Kec. Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40133.



**Gambar 1.5 Lokasi Kantor PT Telkom Indonesia**

*Sumber: Olahan Peneliti (2022)*