

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan bisnis di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan munculnya persaingan perusahaan seluler dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Semakin banyaknya pilihan yang ditawarkan membuat konsumen semakin kritis dan teliti dalam memilih produk,-produk seluler. Hal tersebut senantiasa memaksa perusahaan untuk meningkatkan kinerja dengan memilih strategi yang tepat dan efektif.

Atas dasar yang seperti itu menyebabkan pentingnya penerapan sistem tata kelola perusahaan yang baik atau Good Corporate Governance (GCG) sebagai fokus utama dalam pengembangan usaha di Indonesia terutama dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi. Upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya GCG dan penerapannya di Indonesia telah dilakukan, baik oleh pemerintah maupun perusahaan swasta. Salah satu implementasi GCG di perusahaan adalah Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai tanggung jawab sosial perusahaan seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan. (Setianti, 2013)

Di Indonesia telah ditetapkan kewajiban bagi perusahaan untuk menerapkan program CSR yang diungkapkan melalui Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam bab IV pasal 66 ayat 2c tentang Laporan Keuangan dijelaskan bahwa laporan tahunan perusahaan harus memuat pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan serta bab V pasal 74 menjelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Munculnya UU No. 40/2007 tentang Perseroan Terbatas ini dikembangkan dan dijelaskan melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dinyatakan dalam Pasal 2 dan penjelasannya serta Pasal 3 dan penjelasannya bahwa PP mengakui bentuk TJSL yang diatur dalam regulasi (pasal 3) namun tidak menghalangi perusahaan untuk melaksanakan yang di luar itu (pasal 2).

Terdapat banyak definisi tentang CSR salah satunya definisi dalam buku Corporate Social Responsibility (Nor Hadi, 2011: 6) sebagaimana mengutip pendapat Lord Holme dan Richards Watts (2006) mendefinisikan

“Corporate Social Responsibility is the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the

quality of life of the workforce and their families as well as the local community and society at large.” (Richards Watts, 2006)

Definisi tersebut menjelaskan tentang bagaimana komitmen sebuah perusahaan akan mampu meningkatkan kualitas hidup dari mereka yang hidup di sekitar perusahaan tersebut, termasuk para pekerja di dalamnya.

World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis (*behavioral ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Komitmen lainnya adalah meningkatkan kualitas hidup komunitas lokal serta masyarakat luas. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari stakeholders internal perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik. (Rusdianto, 2013: 7)

Sederhananya CSR adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan *stakeholders* sehubungan dengan isu-isu etika, sosial, dan lingkungan, disamping ekonomi (Nurjaman & Umam, 2013:127). Sedangkan menurut panduan ISO 26000 CSR didefinisikan sebagai berikut:

“Tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang: konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional; terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.” (Rusdianto, 2013: 7)

CSR sangat erat hubungannya dengan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yang diartikan sebagai proses pembangunan (lahan, kota, bisnis, masyarakat, dan sebagainya) yang berprinsip “memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan” (Bruntland Report, 1987). Pembangunan berkelanjutan sering hanya dipahami sebagai isu-isu lingkungan, namun dalam perkembangannya, CSR memiliki gagasan baru yang dikemukakan oleh John Elkington (1998) yang dikenal dengan tiga pilar pembangunan (*Triple bottom line*) yaitu sosial (*social*), ekonomi (*profit*), dan lingkungan (*planet*) yang merupakan tujuan pembangunan yang dapat menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Rachman, 2011: 12).

Ide di balik konsep *Triple Bottom Line* (TBL) dikarenakan adanya pergeseran paradigma pengelolaan bisnis dari *shareholders-orientation* ke *stakeholders-orientation*. *Shareholder orientation* adalah perusahaan yang mengedepankan perusahaan ditujukan untuk memenuhi kebutuhan, kesejahteraan para pemilik saham dan para kreditur agar terjamin kepastian pengembalian klaim perusahaan, dalam hal ini perusahaan berpijak pada *economic motive*. Sedangkan *stakeholder orientation* berarti orientasi perusahaan ditujukan tidak hanya untuk kebutuhan *shareholder*, namun upaya mencapai peningkatan dan perkembangan perusahaan juga ditujukan untuk kepentingan *stakeholder* dan keseimbangan lingkungan (Nor Hadi, 57: 2011). Dalam pembangunan berkelanjutan CSR memiliki banyak peran dan dampak bagi masyarakat yaitu; tercipta hubungan yang lebih dekat dan saling ketergantungan antara masyarakat dan perusahaan, perusahaan mendonasikan biaya terhadap perbaikan kerusakan lingkungan, pengentasan kemiskinan di masyarakat, advokasi hak asasi manusia (Ismail, 2009).

GCG adalah suatu proses dan struktur yang digunakan oleh organ BUMN untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan guna mewujudkan nilai pemegang saham dalam jangka panjang dengan tetap memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, berdasarkan nilai perundang-undangan dan nilai etika (Keputusan Menteri Negara BUMN no Kep-117/M-MBU/2002).

The Organization for Economic Corporation and Development (OECD) dalam Pedoman Umum Good Corporate Governance (2006: 5) mengemukakan lima prinsip GCG yaitu: transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi serta kewajaran dan kesetaraan diperlukan untuk mencapai kesinambungan usaha (*sustainability*) perusahaan dengan memperhatikan pemangku kepentingan (*stakeholders*). CSR berkaitan erat dengan prinsip *Responsibility*. Perusahaan tersebut tidak hanya mementingkan kelangsungan perusahaan pada kepentingan pemegang saham (*shareholders*) tetapi dengan penerapan prinsip GCG yaitu *responsibility*, perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan *stakeholders*. Kebijakan CSR memberikan manfaat kepada tidak hanya perusahaan, tetapi juga bagi masyarakat dan lingkungan.

GCG yang kemudian menjadi indikator keberhasilan badan usaha menjadi pedoman dalam pelaksanaan CSR agar dapat mencapai tujuan sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Pada CSR terdapat nilai-nilai yang merupakan etika bisnis dan nilai-nilai tersebut merupakan wujud dari implementasi GCG, kemudian implementasi keduanya akan mewujudkan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Penerapan prinsip GCG sebagai dasar implementasi pada praktik CSR telah dilakukan dengan baik oleh PT Telkom Malang yang melakukan pengelolaan perusahaan,

menerapkan kebijakan-kebijakan perusahaan yang diterapkan dalam bentuk pelaksanaan CSR dan dilaksanakan sesuai dengan pedoman KNKG menunjukkan peranan penting prinsip GCG secara utuh yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, *fairness*, dan independensi menjadikan implementasi CSR perusahaan lebih terarah dan terfokus sesuai dengan kebutuhan masyarakat luas demi terciptanya perbaikan dari tahun ke tahun (Rakhmat, 11: 2013). Penerapan GCG pada program CSR dapat mengatur dan mengendalikan badan usaha untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) yang membuat suatu tata kelola perusahaan yang baik dan terstruktur oleh stakeholders, shareholders, dan manajer perusahaan (Martina, 2013).

Selain itu, perusahaan yang secara berkala dan berkelanjutan melakukan CSR adalah perusahaan yang bergerak di bidang seluler sebagaimana dijelaskan dalam tabel 1.1 sebagai berikut.

Tabel 1.1
Perbandingan Program CSR perusahaan seluler di Indonesia

| No | Perusahaan | Program CSR | Aplikasi Program CSR |
|----|------------|--|--|
| 1 | Telkomsel | Program Sinergi dan Kolaborasi Stakeholder | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jabar Ca'ang dengan Pemerintahan Provinsi Jawa Barat Tempat: Kampung Sukamulya, Desa Sirnaresmi, Kecamatan Cisolok, Kabupaten Sukabumi. Program: Pelatihan Lampu Hemat Energi Limar, Kompor Sakti, dan Motor Gas kepada para pelajar SMA, SMK, dan remaja putus sekolah 2. Program Pariwisata Bandung Tour On Bus (BANDROS) dengan Pemerintah Kota Bandung Tempat: Kota Bandung Program: Penyediaan bus pariwisata Bandung Tour On Bus (BANDROS) 3. Peduli Banjir Tempat: Kampung Melayu, Jakarta Timur, <i>Youth Center</i> Otista, Jakarta Timur, dan Warakas-Tanjung Priok Jakarta Utara. Kabupaten Subang dan Indramayu Kabupaten Karawang dengan Pangdam III Siliwangi Kabupaten Karawang. |
| 2 | Indosat | Program Indonesia Mengajar | Pembekalan materi kewirausahaan khususnya yang berkaitan dengan bisnis seluler untuk menumbuhkan jiwa entrepreneurship bagi para calon pengajar muda. Pada tahun 2010 telah mengirimkan 170 pengajar muda yang dikirim ke 130 desa. (www.indosat.com) |
| 3 | XL | Program Indonesia Berprestasi | Evaluasi komprehensif pada sekolah penerima bantuan termasuk supervise dan pelatihan untuk memastikan efektivitas pada program CSR. Program ini telah membantu 60 sekolah di 10 Provinsi dengan mengalokasikan 200 komputer untuk masing-masing sekolah serta menyediakan fasilitas jaringan internet bagi kawasan yang terjangkau jaringan xl. (www.xl.co.id) |
| 4 | Smartfren | Kampanye Live Smart: Program Smartfren untuk Indonesia | Pelatihan kewirausahaan dan pelatihan internet cerdas untuk pengembangan bisnis UMKM. Kegiatan perdana dilakukan di Tangerang Selatan pada tanggal 21 Maret 2013 dan diikuti oleh 13 Warnet Cerdas TBM (Taman Bacaan Masyarakat) di Komunitas |

| | | | |
|---|------|------------------------------|---|
| | | | MAGMA (Masyarakat Gemar Membaca). Internet Cerdas dan pelatihan “Teacher Discovery” kepada 55 Taman Bacaan Masyarakat (TBM) binaan MAGMA selama periode Januari – Februari 2013. |
| 6 | Axis | Semangat Muda Indonesia 2013 | Program yang fokus pada kewirausahaan ini bertujuan untuk membekali para siswa dengan kecakapan dan keterampilan, pelatihan, kolaborasi, dan kemitraan yang berkelanjutan. Dengan menggandeng Dinas Pendidikan, kalangan pengusaha, akademisi setempat, dan sekolah-sekolah pendukung, diharapkan program ini dapat membantu membentuk karakter siswa yang kreatif dan inovatif serta memiliki sikap yang mandiri. (www.axisworld.co.id) |
| 7 | Esia | Baca Bercerita | Menggandeng komunitas Reading Bugs, Bakrie Telecom telah menggelar workshop Read Aloud di 5 kota di Indonesia. (www.bakriegllobal.com) |

Sumber: website perusahaan

Pada penelitian ini, peneliti memilih PT. Telkomsel yaitu program pariwisata Bandung Tour On Bus (BANDROS) yang berkolaborasi dengan Pemerintah Kota Bandung. Di mana penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi program CSR apakah sesuai dengan prinsip-prinsip GCG sehingga bisa membangun tata kelola perusahaan yang baik. Telkomsel adalah operator selular terbesar di Indonesia dan menduduki peringkat ke enam di dunia dengan jumlah pelanggan mencapai 128 juta. Untuk melayani pelanggannya yang tersebar di seluruh Indonesia, termasuk juga di daerah terpencil dan pulau terluar serta daerah perbatasan Negara. Telkomsel telah menerapkan prinsip GCG dan salah satunya telah mendapatkan penghargaan Soegeng Sarjadi Award 2013 sebagai pelaku bisnis yang telah menerapkan tata kelola perusahaan terbaik. Penghargaan itu diberikan oleh Soegeng Sarjadi selaku pencetus ajang penghargaan sekaligus Ketua Dewan Pendiri Soegeng Sarjadi School of Government. Penghargaan tersebut menandakan bahwa Telkomsel telah menjalankan prinsip-prinsip sesuai kaidah yang ditetapkan dengan baik.

Program BANDROS dirancang karena Bandung memiliki daya tarik wisata yang dapat menarik banyak wisatawan untuk datang ke Bandung. Pariwisata telah berkembang dan menjadi industri besar yang memiliki peran strategis sebagai wujud pembangunan Kota Bandung. Sehingga kota Bandung pun menjadi destinasi wisata berskala dunia. Pertumbuhan ini harus didorong oleh fasilitas angkutan yang diharapkan akan menjadi daya tarik wisatawan dan mendatangkan semakin banyak wisatawan yang datang ke kota Bandung. Tabel 1.2 memperlihatkan data kunjungan wisatawan ke Kota Bandung.

Tabel 1.2
Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung Tahun 2008-2012

| Tahun | Wisatawan | | Jumlah |
|-------|-------------|-----------|-----------|
| | Mancanegara | Domestik | |
| 2008 | 74.730 | 1.346.729 | 1.421.459 |
| 2009 | 168.712 | 2.928.157 | 3.096.869 |
| 2010 | 180.603 | 3.024.666 | 3.025.260 |
| 2011 | 194.062 | 3.882.010 | 4.070.072 |
| 2012 | 158.848 | 3.354.857 | 3.513.705 |

Sumber data: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Berdasarkan data tersebut terjadi peningkatan pada Tahun 2011 sebanyak 1.044.812. Para wisatawan tersebut datang ke Bandung untuk mengunjungi obyek wisata yang ada di Kota Bandung. Tabel 1.3 menjelaskan jumlah pengunjung obyek wisata, taman rekreasi, atau museum di Kota Bandung tahun 2011.

Tabel 1.3
Jumlah Pengunjung Obyek Wisata, Taman Rekreasi/Museum di Kota Bandung Tahun 2013

| No | Jenis Obyek Wisata | Wisatawan | | Jumlah |
|----|----------------------------------|-----------|--------|-----------|
| | | Wisnus | Wisdom | |
| 1 | Kebun Binatang Bandung | 742.460 | | |
| 2 | Taman Lalu Lintas | 336.700 | | |
| 3 | Menara Mesjid Raya Jabar | 48.138 | 594 | 48.732 |
| 4 | Museum Geologi | 509.269 | 3.516 | 512.785 |
| 5 | Museum Pos Indonesia | 44.950 | 339 | 45.289 |
| 6 | Museum Konferensi Asia Afrika | 149.729 | 9.713 | 159.442 |
| 7 | Museum Mandala Wangsit Siliwangi | 12.944 | 139 | 13.083 |
| 8 | Museum Sri Baduga | 71.053 | 203 | 71.256 |
| 9 | Saung Angklung Uji | 177.589 | 29.260 | 206.849 |
| 10 | Wisata Rohani Darut Tauhid | 9.026 | 239 | 92.65 |
| | Total | 1.100.311 | 44.003 | 1.144.314 |

Sumber data: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dalam program CSR Bandung Tour On Bus Telkomsel telah menyalurkan dana senilai 850 juta untuk pengadaan 1 unit bus sebagai tahap awal pengembangan program ini. Melalui program tersebut Telkomsel telah memiliki peran strategis dalam membangun dan mengusung program Bandung Juara. Berkaitan hal tersebut, Telkomsel secara konsisten untuk terus berupaya menjalankan program-program CSR demi kesejahteraan masyarakat serta lingkungan sekitar demi meningkatkan citra sebagai perusahaan seluler “Paling Indonesia”.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul **IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMBANGUN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (Studi Kasus Pada Program Bandung Tour On Bus Telkomsel di Kota Bandung).**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka fokus dari penelitian yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana program Corporate Social Responsibility Telkomsel melalui Bandung Tour On Bus (BANDROS) dalam membangun prinsip Good Corporate Governance Telkomsel?
2. Bagaimana tujuan dibalik program Bandung Tour On Bus (BANDROS)?
3. Bagaimana strategi komunikasi CSR yang diterapkan dalam Program Telkomsel Bandung Tour On Bus (BANDROS) dapat membangun GCG Telkomsel?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun beberapa hal yang menjadi maksud dan tujuan dari penelitian ini, diantaranya:

1. Menganalisis program Corporate Social Responsibility Telkomsel melalui Bandung Tour On Bus (BANDROS) dalam membangun prinsip Good Corporate Governance.
2. Menelaah tujuan dibalik program Bandung Tour On Bus (BANDROS)?
3. Menjelaskan strategi komunikasi CSR yang diterapkan dalam Program Telkomsel Bandung Tour On Bus (BANDROS).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat konseptual utamanya kepada perusahaan terutama dalam mengkaji dan mengimplementasikan sejauh mana pelaksanaan program CSR dalam membangun GCG.

Berdasarkan hal diatas, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Aspek Teoritis

Secara akademis hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Sebagai salah satu kajian program csr suatu perusahaan.
- b. Memberikan kontribusi bagi akademisi untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan program CSR pada perusahaan-perusahaan terhadap lingkungan sekitar dalam membangun GCG.

- c. Dalam hal pengembangan teori, tinjauan pustaka dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan dapat memberikan kontribusi bagi penelitian lainnya

1.4.2 Aspek praktis

Secara praktis manfaat yang dapat dicapai dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan kritik positif bagi Telkomsel untuk dapat mengetahui bagaimana peranan program CSR dalam membangun GCG di perusahaan sehingga bisa dijadikan bahan referensi dan kajian evaluasi untuk penyusunan program-program CSR berikutnya

1.5 Tahapan Penelitian

Pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Tahapan penelitian menjadi proses penting yang dilakukan oleh peneliti dimana untuk melakukan sebuah penelitian kualitatif diperlukan tahapan yang sistematis agar dapat diperoleh hasil penelitian yang sistematis pula. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

A. Tahap Pra-Lapangan

1. Melakukan penyusunan rancangan penelitian
 - a. Menjelaskan dan menyusun latar belakang penelitian
 - b. Menyusun kajian kepustakaan:
 - 1) Kesesuaian fokus penelitian dengan paradigma penelitian
 - 2) Merumuskan pokok permasalahan penelitian
 - 3) Menyusun kerangka pemikiran
 - 4) Kesesuaian paradigma penelitian dengan landasan teori
 - c. Pemilihan lapangan penelitian
 - d. Menentukan jadwal penelitian
 - e. Memilih informan yang mengalami langsung situasi dan mampu menggambarkan fenomena yang dialami
 - f. Rancangan pengumpulan data
 - g. Rancangan analisis data
 - h. Rancangan peralatan yang diperlukan
 - i. Rancangan keabsahan data
2. Menentukan lapangan penelitian
3. Mengurus izin penelitian
 - a. Membuat surat izin penelitian
 - b. Menyiapkan proposal penelitian sebagai syarat izin melakukan penelitian
4. Menilai keadaan dan situasi lapangan

5. Memilih informan yang mengalami langsung situasi, mampu menggambarkan fenomena yang dialami, bersedia terlibat dan diwawancarai serta memberikan persetujuan untuk mempublikasikan hasil penelitian.
6. Menyiapkan perlengkapan penelitian
Alat tulis kantor (ATK), alat perekam audio-visual, kamera, jadwal terinci, rencana biaya, komputer, map, dll
7. Persoalan etika penelitian
 - a. Memberitahukan secara jujur maksud kedatangan peneliti
 - b. Menghargai orang-orang yang diteliti
 - c. Menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh subjek penelitian
 - d. Menulis segala kejadian dengan peristiwa secara jujur, benar, dan tidak dimanipulasi.

B. Tahap Pengumpulan Data

1. Memahami latar penelitian
 - a. Memahami budaya, adat istiadat, nilai, etika latar penelitian untuk disesuaikan dengan penampilan peneliti.
 - b. Pembatasan latar peneliti, yaitu latar terbuka (tempat pertemuan umum) dan latar tertutup (komunikasi tertutup antar pribadi)
 - c. Peneliti berpartisipasi secara aktif untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya.
2. Tahap memasuki lapangan
 - a. Membangun keakraban hubungan peneliti dengan subjek penelitian
 - b. Memulai wawancara dengan menggunakan strategi senyum dan tidak menduga.
 - c. Turut berperan serta melakukan pengarahannya studi serta membangun komunikasi interaktif
 - d. Melakukan pencatatan data dengan teliti.
 - 1) Membuat garis besar atas apa yang disampaikan subjek
 - 2) Membuat diagram, tabel, kurva dalam mencatat data
 - e. Mendokumentasikan selama kegiatan penelitian

C. Tahap Analisis Data

Pada tahap ini penulis melakukan analisis data dengan mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian besar sehingga dapat ditemukan tema-tema dan dapat dirumuskan ke dalam kerangka pemikiran hingga bisa diangkat menjadi teori substantif, teori baru yang berasal dari data atau verifikasi teori yang telah ada.

D. Tahap Membuat Simpulan

1. Membuat ringkasan dan ikhtisar akhir dari keseluruhan penelitian.
2. Menegaskan hasil penelitian dengan mengemukakan perbedaan dari hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya
3. Menjelaskan hasil penelitian dengan kegunaan penelitian
4. Menghubungkan fokus penelitian yang telah dirancang dengan hasil penelitian.
5. Menutup penjelasan dengan menawarkan tujuan dan arah penelitian selanjutnya.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah Kantor Pusat PT Telkomsel, Bandung, Jawa Barat, juga di wilayah Kota Bandung. Hal tersebut dipilih karena Program CSR *Bandung Tour On Bus* dilaksanakan di Kota Bandung.

1.6.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.4
Waktu Penelitian

| No | Tahapan | Bulan | | | | | |
|----|---|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| | | Apr 2014 | Mei 2014 | Jun 2014 | Juli 2014 | Agt 2014 | Sep 2014 |
| 1 | Persiapan | | | | | | |
| 2 | Pengumpulan data sekunder melalui observasi awal | | | | | | |
| 3 | Pengumpulan data primer | | | | | | |
| 4 | Analisis data berdasarkan unit analisis | | | | | | |
| 5 | Penyelesaian data meliputi hasil, kesimpulan, dan saran | | | | | | |

Sumber: Olahan Penulis