

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini, Perusahaan perlu meningkatkan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan masalah etika. Masalah seperti perusakan lingkungan, kurangnya kesejahteraan masyarakat, perlakuan tidak layak terhadap karyawan, dan lain sebagainya. Menurut Crane dan Matten dalam (Praptiningsih 2018), etika bisnis saat ini menjadi topik bisnis yang sangat penting untuk diperdebatkan dan menimbulkan dilema di sekitarnya. Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah, yang berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Dalam dunia bisnis etika memiliki peranan yang sangat penting ketika keuntungan bukan lagi menjadi satu-satunya tujuan organisasi melainkan organisasi juga harus memperhatikan bagaimana sikap dan tindakan yang akan diambilnya sehingga hal tersebut akan menentukan bagaimana nilai dan moral sebuah organisasi dimata publik. Menurut Kerin et al, etika adalah prinsip-prinsip moral dan nilai-nilai yang mengatur tindakan dan keputusan dari seorang individu atau kelompok (Praptiningsih 2018). Hal tersebut membuktikan bahwa pebisnis selaku individu yang berperan penting dalam berbisnis tidak terlepas dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang dianut. Perilaku yang tidak etis seperti penyalahgunaan ketentuan di sebuah perusahaan, tidak adanya

kesejahteraan dalam organisasi, perlakuan tidak adil terhadap karyawan, tidak etis saat menjalin kerjasama dengan sesama rekan bisnis, tidak adanya tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta berbagai pelanggaran etika lainnya. Hal ini dapat menjadi sesuatu yang serius mengingat perilaku yang tidak etis dapat menjurus kearah tindakan kriminal serta perilaku lain yang merugikan perusahaan, baik finansial maupun nonfinansial. Banyak sebab yang menjadikan perilaku yang tidak etis yang muncul. Ini bukan hanya terkait pada individu saja, tetapi juga menyangkut keseluruhan proses dalam organisasi. Manajemen merupakan pendorong organisasi agar mempunyai etika bisnis yang sesuai dengan organisasi, sehingga tindakan kurang etis dapat di cegah. Etika bisnis memiliki lima prinsip-prinsip yaitu prinsip otonomi, keadilan, kejujuran, saling menguntungkan dan integritas moral (Praptiningsih 2018).

Etika Bisnis adalah suatu bentuk etika terapan atau etika profesi yang mempelajari prinsip-prinsip etis dan moral atau masalah-masalah etika yang muncul dalam lingkungan bisnis (sumber: Wikipedia). Pembahasan isu dan permasalahan dalam tanggung jawab social perusahaan tidak dapat terlepas dari permasalahan etika bisnis karena premis dasar tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dimensi etika. Etika dalam hal ini merupakan suatu konsepsi mengenai tindakan yang benar atau salah (Amstrong dan Baron 2018). Standar-standar dalam etika bisnis inilah yang dipakai sebagai standar penilaian apakah aktivitas-aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan dinilai sebagai bisnis yang baik atau buruk. Oleh sebab itu diperlukannya etika dalam suatu perusahaan agar perusahaan dapat mempunyai tanggung jawab lebih atas apa yang dilakukannya serta diperlukan adanya suatu pedoman etika bisnis yang jelas dan

terinci agar setiap pelanggaran moral bisa dipertanggung jawabkan di hadapan hukum formal. Etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan yang menjadi pondasi pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Dalam penerapannya, hal tersebut dinilai penting untuk keberlangsungan perusahaan. Salah satu etika bisnis yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu dalam menjaga hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitarnya, tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah bentuk kepedulian perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungannya.

Mengenai permasalahan sosial dan lingkungan hidup peraturan pemerintah pada beberapa negara kini semakin tegas. Beberapa investor dan perusahaan manajemen investasi telah mulai memperhatikan kebijakan Tanggung jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam membuat keputusan investasi mereka, sebuah praktek yang dikenal sebagai "Investasi bertanggung jawab sosial" (*socially responsible investing*).

Dalam implementasinya, terdapat perusahaan yang masih kurang bertanggung jawab secara sosial. Perusahaan yang terlena pada sistem teknologi, sering kali melalaikan optimalisasi dalam hal *corporate social responsibility*-nya. Banyak permasalahan yang timbul berkaitan dengan CSR diantaranya, beberapa perusahaan kurang memberikan perhatian pada dampak penggunaan digitalisasi terhadap lingkungan (Nafi'a et al., 2023). Contohnya mesin yang dijalankan untuk memproduksi barang dalam suatu bisnis menghasilkan limbah dalam jumlah besar sehingga berdampak pada kerusakan lingkungan. Banyak perusahaan yang masih enggan

menerapkan program CSR, diantara sebabnya adalah kurangnya pemahaman mendalam berkaitan dengan praktik CSR, pengeluaran ekstra yang tidak memberikan keuntungan jangka pendek, serta ketidakmampuan perusahaan menyesuaikan diri dengan akuntabilitas lingkungan masyarakat (Wahyuni & Zumaroh, 2019). Oleh sebab itu, problematic CSR dapat diatasi dengan selalu memperhatikan etika bisnis bagi perusahaan. Perusahaan perlu menerapkan etika bisnis sebagai upaya optimalisasi *corporate social responsibility* yang akhir-akhir ini jarang diperhatikan. Kegiatan bisnis tidak dapat terpisahkan dari masyarakat sosial karena mereka adalah komponen utama dari suatu usaha. Oleh karena itu, kegiatan usaha atau bisnis memerlukan peraturan, norma, dan etika yang biasanya berlaku di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan.

Implementasi etika yang baik dalam bisnisnya sebagai upaya mencapai kesuksesan dari suatu bisnis, maka yang perlu diperhatikan tidak hanya sebatas manajemen dan kualitas sumber daya yang baik, tetapi juga perlu menerapkan etika baik dalam bisnisnya, dengan memperhatikan etika maka sebagai bentuk evaluasi terhadap benar atau salahnya dari suatu peristiwa, keputusan, aktivitas, dan situasi dalam bisnis (Vaddhano, 2023). Memahami apa yang benar dan salah serta dapat diterima atau tidak dapat diterima berdasarkan ekspektasi organisasi dan masyarakat merupakan bagian dari etika bisnis (Susriyati et al., 2021). Etika bisnis merupakan tata cara untuk mengatur bisnis dengan memperhatikan moral dan norma yang berlaku secara umum khususnya di sekitar lingkungan perusahaan (Nafi'a et al., 2023). Perusahaan yang baik akan menjunjung profesionalitas dengan menerapkan etika

bisnis sebagai prinsip utama. Oleh karena itu, penerapan etika bisnis akan membantu sebuah perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat maupun pelaku bisnis lainnya.

Corporate Sosial Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk pelaksanaan tuntutan etika bisnis dalam perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai bentuk kontribusi perusahaan kepada lingkungan sosial. Perusahaan wajib untuk melaksanakan tanggungjawab sosial pada masyarakat dan lingkungan, agar dunia usaha turut membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat namun tetap mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Hal ini dilakukan untuk mendorong berputarnya roda ekonomi di masyarakat dan lingkungan ikut serta didalamnya. Jika hal ini dilakukan, maka integrasi antara pelaku bisnis dengan lingkungan akan melahirkan tatanan kehidupan yang baik di masyarakat.

Terciptanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini tentunya perusahaan memiliki tujuan serta manfaat diantaranya dengan terlaksananya Program CSR mampu meningkatkan citra positif di lingkungan sekitar masyarakat, memperkuat brand perusahaan di mata publik untuk menjaga nama baik perusahaan, dari para pemangku kepentingan juga sangat berpengaruh dalam pengembangan perusahaan yang berkelanjutan. Selain itu Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di sekitar perusahaan dalam rangka menciptakan pemerataan ekonomi melalui bentuk program-program yang bermanfaat

sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada masyarakat atau lingkungan sekitar perusahaan.

Dewasa ini konsep CSR berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Perlu diketahui bahwa perusahaan yang mengimplementasikan program *Corporate Social Responsibility* akan lebih baik secara keseluruhan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan pelaksanaan kegiatan ini. PT INTI Bandung dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, PT INTI (Persero) senantiasa memastikan keseimbangan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mewujudkan keberlanjutan dan masyarakat sekitar dalam lingkup *prosperity, people, planet, partnership, dan prudence. Corporate Social Responsibility*. Bentuk tanggung jawab ini berjalan dengan cara menginvestasikan sebagian keuntungan yang diterima untuk dialokasikan kepada masyarakat melalui sumbangan dana modal bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pembangunan fasilitas masyarakat di sekitar perusahaan, dan sumbangan sosial lainnya seperti bantuan untuk bencana alam, dan lain sebagainya. Hal ini menunjukkan kepedulian perusahaan kepada lingkungan sosial masyarakat mampu menciptakan citra yang lebih baik di masyarakat

Corporate Social Responsibility memegang Prinsip utama yang menjelaskan tentang mekanisme Konsep CSR berpengaruh pada perusahaan dan lingkungan, Prinsip pertama *Accountability* (Akuntabilitas) sikap perusahaan yang bertanggungjawab atas segala produktivitas perusahaan meliputi tindakan, aksi, keputusan, dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, melalui akuntabilitas

menekankan pelaksanaan yang etis dan bertanggungjawab dalam menjalankan bisnis. Prinsip kedua dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah *Transparency* (Transparansi) dimana artinya perusahaan memiliki sikap untuk berani terbuka serta mengkomunikasikan informasi bisnisnya. Prinsip ketiga yaitu *Sustainability* (Keberlanjutan) merupakan strategi bisnis agar selalu mengembangkan produk dan keseluruhan perusahaan untuk mampu mengurangi dampak negatif dari aktivitas perusahaan.

Pada program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan PT INTI dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, Mitra Binaan atau UMKM yang mendapatkan alokasi program CSR ini diharapkan dapat menjadi garda terdepan dalam memajukan ekonomi rakyat di Indonesia. UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam menumbuhkan ekonomi masyarakat, maka dari itu dengan kontribusi dan peranannya mampu menekan angka pengangguran. Namun, dampak pandemi Covid-19 yang kini menyebar di seluruh dunia termasuk Indonesia, pandemi Covid-19 memukul berbagai sektor bisnis di dalam negeri. Tidak hanya bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) saja, tetapi juga bisnis dengan skala besar.

Tentunya peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan memberikan uluran tangan dalam membantu para mitra UMKM untuk tetap bertahan dimasa pandemi, implementasi CSR dalam mewujudkan mitra UMKM agar lebih bersaing, unggul, tangguh, dan mandiri. Pelaku mitra UMKM saat ini tengah dihadapi tekanan yang sangat berat, pandemi ini telah menjadikan mereka tidak bisa melakukan aktivitas ekonomi sebagaimana mestinya. Dibutuhkannya Adaptasi dan inovasi guna

memanfaatkan situasi pasar sebagai langkah agar mitra UMKM bisa bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Untuk itu BUMN mempunyai dua tanggung jawab besar untuk kesejahteraan masyarakat, Pertama untuk meningkatkan profit dalam rangka meningkatkan kesejahteraan negara, sedangkan yang kedua adalah melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, sebagaimana yang diatur dalam Permen-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan. Bentuk komitmen tanggung jawab sosial BUMN kepada masyarakat pelaksanaannya dilakukan sejak tahun 1993. Dengan adanya Program Kemitraan dan Bina Lingkungan diharapkan para UMKM terdorong untuk melaksanakan pengembangan usaha mereka tidak hanya mencapai pasar dalam negeri tetapi juga hingga menjangkau pasar luar negeri. Dengan pemanfaatan seluruh sektor, PKBL diharapkan mampu menciptakan Mitra Binaan atau UMKM yang unggul dan sukses sehingga mampu memberikan hasil maksimal dan menjadikan masyarakat lebih kreatif dalam memenuhi kebutuhannya. Lebih dari itu mereka juga mampu untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Pentingnya Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi masyarakat tidak kalah pentingnya bagi perusahaan. PT Industri Telekomunikasi Indonesia (PT INTI) telah membentuk Program CSR dalam upaya sukarela memberikan manfaat bagi masyarakat sambil meningkatkan merek mereka sendiri. PT INTI (Persero) Bandung ini berkomitmen dalam mewujudkan dan menyukseskan program CSR yang menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan Etika Bisnis dan praktik bisnis

yang berkelanjutan (*sustainable program*). Kegiatan CSR dapat membantu menjalin ikatan yang lebih kuat antara karyawan dan pengusaha merasa lebih terhubung dengan dunia di sekitar lingkungan perusahaan.

Setiap Perusahaan BUMN harus memiliki Unit Kerja Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, maka dari itu PT. Industri Telekomunikasi Indonesia / PT.INTI (Persero) yang merupakan salah satu perusahaan BUMN telah menjalankan Program Kemitraan Bina Lingkungan. Untuk meningkatkan kemampuan usaha Mitra Binaan serta Pemberdayaan masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan PT.INTI (Persero) sebagai salah satu Perusahaan BUMN yang mendukung upaya pemerintah dengan membentuk Unit PKBL yang berfungsi untuk memelihara, mendistribusikan, mengembangkan, dan mengamankan dana agar dapat mendukung pertumbuhan usaha kecil di sekitar perusahaan.

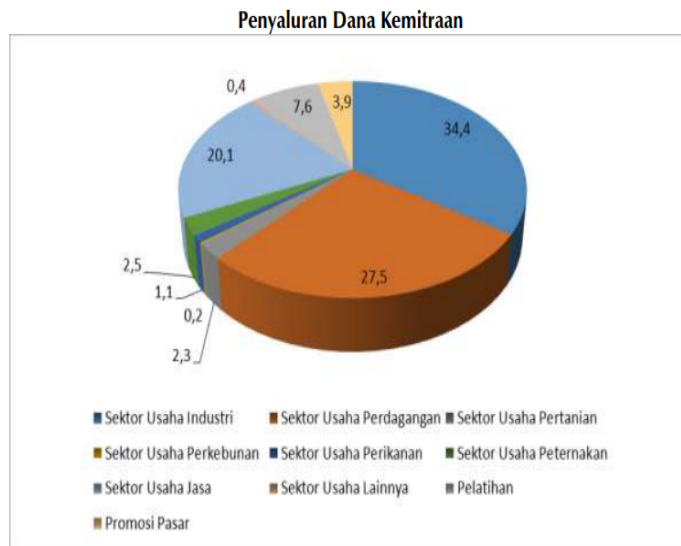
Menurut PER-09/NIBU/07/2015 Program Kemitraan adalah program yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil menjadi tangguh dan mandiri, sedangkan Program Bina Lingkungan adalah program yang memiliki tujuan untuk pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana BUMN yang dibebankan langsung menjadi biaya operasional perusahaan. Unit kerja PKBL pun wajib untuk memberikan binaan kepada mitra binaan. Binaan tersebut berupa seminar, dan pelatihan sebagai contoh pelatihan mengenai strategi apa yang harus dikembangkan di era teknologi digital.

Tinjauan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) ini memiliki akumulasi pelaksanaan sejak

berdiri 1992 hingga tahun 2022 mengalami perkembangan jumlah dana yang dikelola dan perkembangan jumlah mitra binaan dari berbagai sektor atau bidang usaha. Terlepas dari itu semua Unit Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) ini menghadapi masalah atau kendala dalam pengelolaan Mitra Binaan dalam menjalankan kegiatan tanggung jawab sosialnya

Landasan Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* atau CSR di PT Industri Telekomunikasi Indonesia dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yaitu turut berpartisipasi aktif dalam memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat, dalam pasal 88 tentang Badan Usaha Milik Negara Mengatur untuk menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan UMKM serta pembinaan masyarakat sekitar perusahaan dalam bentuk penyaluran dana modal bagi mitra binaan atau UMKM.

Sektor UMKM memiliki kontribusi sebesar 60,3% dari total produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Dari total jumlah UMKM yang mencapai 64,2 juta unit itu, sendi utama perekonomian nasional itu mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan kerja. Melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), PT INTI berupaya mendukung hal tersebut, sekaligus mendorong tercapainya keamanan ekonomi pedesaan, ketahanan pangan, dan peningkatan infrastruktur daerah yang menjadi prioritas utama pemerintah.



Sumber : Laporan Tanggung Jawab Social PT INTI 2019

Gambar 1.1

Penyaluran Dana Kemitraan

Berdasarkan data pada gambar 1.1 diatas ditunjukkan Pengembangan sosial kemasyarakatan yang diimplementasikan melalui Program Kemitraan. Upaya tersebut pun kemudian diperkuat melalui pembentukan unit PKBL INTI yang disahkan berdasar Peraturan Menteri BUMN No PER.05/MBU/2007 dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil dalam pengembangan usaha serta pemberdayaan masyarakat. Penyaluran Dana Kemitraan telah mencakup beberapa sektor usaha, meliputi sektor usaha industri, sektor usaha perkebunan, sektor usaha jasa, sektor usaha perdagangan, sektor usaha perikanan, sektor usaha pertanian, sektor usaha peternakan, sektor usaha lainnya. Selain itu juga Mitra Binaan diberikan

kegiatan pelatihan, dan promosi pasar. Kegiatan tersebut diharapkan menjadikan mitra binaan menjadi UMKM yang tangguh dan mandiri.

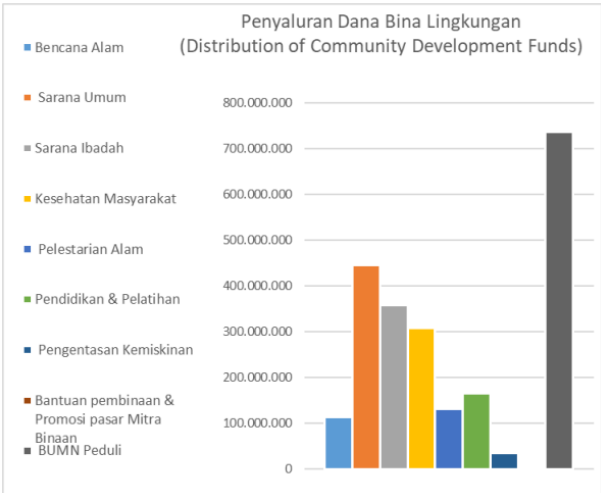
Tabel 1. 1
Laporan Program Kemitraan PT INTI

Penyaluran Pinjaman Per Sektor Usaha	Sampai Dengan Tahun 2019
I. PENYALURAN	
1. Sektor Usaha Industri	22.081.000.000
2. Sektor Usaha Perdagangan	17.633.750.000
3. Sektor Usaha Pertanian	1.470.500.000
4. Sektor Usaha Perkebunan	120.000.000
5. Sektor Usaha Perikanan	696.500.000
6. Sektor Usaha Peternakan	1.631.000.000
7. Sektor Usaha Jasa	12.920.750.000
8. Sektor Usaha Lainnya	258.548.200
Jumlah Penyaluran	56.812.048.200
II. DANA PEMBINAAN	
1. Pelatihan	4.881.670.583
2. Promosi Pasar	2.470.647.257
Jumlah Dana Pembinaan	7.352.317.840
Jumlah Penyaluran	64.164.366.040

Sumber : Laporan Tanggung Jawab Social PT INTI (2019)

Berdasarkan data pada tabel 1.1 tinjauan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) ini memiliki akumulasi pelaksanaan sejak berdiri 1992 hingga tahun 2022 mengalami perkembangan jumlah dana yang dikelola dan perkembangan jumlah mitra binaan dari berbagai sektor atau bidang usaha. penyaluran dana kemitraan telah mencakup beberapa unit sektor UMKM melalui pemberian pinjaman bergulir pada kelompok

usaha kecil itu telah dirintis sejak tahun 1992 oleh PT INTI. Hingga 29 Maret 2021, telah tercatat sebesar Rp Rp 68,710 miliar dana yang tersalur untuk 4.434 usaha kecil dengan jumlah kontrak perjanjian mencapai 5.076 kontrak, meliputi sektor industri, perdagangan, perikanan, pertanian, peternakan, peternakan, dan jasa. Selain bantuan pinjaman usaha, PT INTI (Persero) pun memberi pelatihan dan fasilitas pameran pada mitra binaan untuk meningkatkan cakupan pemasaran dan kemampuan manajemennya. Terlepas dari itu semua Unit Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL) ini menghadapi masalah atau kendala dalam pengelolaan Mitra Binaan dalam menjalankan kegiatan tanggung jawab sosialnya



Gambar 1.2 Grafik Penyaluran Dana Bina Lingkungan
(Sumber: Laporan Tanggung Jawab Sosial PT Inti Persero Bandung)

Unit PKBL atau Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT INTI (Persero) telah menyalurkan Rp 2,29 miliar. Berdasarkan pada table 1.2 penyaluran bina dana lingkungan dialokasikan untuk bantuan bencana alam, pendidikan, sarana umum, sarana ibadah, kesehatan masyarakat, pemberian makanan tambahan bayi untuk peningkatan gizi, dan pelestarian alam. Pengelolaan PKBL PT INTI (Persero) telah terimplementasi dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan melalui proses audit oleh auditor independen.

Tabel 1. 2
Laporan Hasil Observasi Realisasi RKA 2019 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT INTI

	Realisasi	RKA 2019	Pencapaian % terhadap RKA 2019	Keterangan
Penyaluran Program Kemitraan	2.555.127.000	2.487.693.398	102.7%	Tercapai
Penyaluran Bina Lingkungan	13.500.000	50.000.000	27%	Belum Tercapai

Sumber : Annual Report PT INTI (2019)

Berdasarkan dari hasil observasi bahwa Unit PKBL atau Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT INTI (Persero) Laporan rencana dan realisasi penyaluran program kemitraan berdasarkan realisasi penyaluran dana program kemitraan pada tahun 2019 sebesar Rp 2,55 miliar atau 102,7 % dari RKA 2019 dan Penyaluran Bina Lingkungan pada tahun 2019 sebesar 13.500.000 atau 27% dari RKA 2019, dengan hasil penyaluran dana program kemitraan sudah tercapai, namun untuk penyaluran program bina lingkungan mengingat RKA 2019 berada di 50.000.000 untuk program tersebut tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Sementara itu PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) berkomitmen agar selalu berpartisipasi dalam pemberdayaan lingkungan sosial di sekitar perusahaan.

Alasan Peneliti memilih PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT INTI (Persero) sebagai objek penelitian adalah perusahaan ini bergerak di bidang industri yang memiliki lini bisnis di bidang manufaktur, dimana perseroan terbatas yang menjalankan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam berkewajiban dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*). Lokasi penelitian berada dekat dengan tempat tinggal peneliti dimana hal tersebut memudahkan peneliti untuk melakukan tinjauan sejauh mana implementasi CSR guna masyarakat pula perlu mengetahui bahwa setiap perusahaan memiliki tanggung jawab social terhadap masyarakat disekitar perusahaan, sehingga diharapkan akan mampu meningkatkan kesejahteraan dan menggerakkan ekonomi rakyat bersama khususnya UMKM yang telah menjadi mitra binaan PT INTI Bandung, penelitian ini akan memfokuskan pada tinjauan apakah telah menjalankan tanggung jawab moral

bukan sekedar kewajiban regulasi dan sebagaimana dasar teori bahwa CSR adalah sebuah implementasi nyata dari etika bisnis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas serta didukung oleh fenomena yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“TINJAUAN IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS MELALUI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PT INTI (PERSERO) BANDUNG.”**

1.2 Fokus Penelitian

Fenomena-fenomena telah diuraikan pada latar belakang penelitian, diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, maka perlu ditentukan fokus penelitian sebagai hasil analisis selanjutnya dapat terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Difokuskan kepada permasalahan atau kebiasaan yang saat ini sedang berkembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, dapat ditentukan fokus penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini di fokuskan pada bidang kajian sumber daya manusia khususnya Tinjauan Implementasi Etika Bisnis melalui *Corporate Social Responsibility* pada PT INTI (Persero) Bandung
2. Lokasi penelitian adalah PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT INTI (Persero) Bandung, khususnya di UNIT Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL)
3. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini

untuk menjelaskan fenomena secara mendalam yaitu mengenai Tinjauan Implementasi Etika Bisnis melalui *Corporate Social Responsibility* pada PT INTI (Persero) Bandung.

1.3 Rumusan Masalah

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan analisis Tinjauan Implementasi Etika Bisnis melalui *Corporate Social Responsibility*, Seperti yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, bahwa perusahaan tidak boleh mengembangkan diri sendiri dengan tidak memperhatikan lingkungan sekitar, Perusahaan harus melakukan peningkatan kepekaan dan kepedulian terhadap lingkungan dan masalah etika. Implementasi *Corporate Social Responsibility* tentunya memiliki tujuan serta manfaat namun pada praktiknya dalam program ini dihadapkan masalah atau kendala dalam pengelolaan di dalam suatu programnya, maka hal ini dirumuskan dalam perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Etika Bisnis Perusahaan di PT Industri Telekomunikasi Indonesia?
2. Bagaimana Implementasi *Corporate Social Responsibility* di PT Industri Telekomunikasi Indonesia?
3. Bagaimana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) sebagai bentuk implementasi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT Industri Telekomunikasi Indonesia?

4. Apa saja kendala pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Industri Telekomunikasi Indonesia, dan bagaimana solusi dari kendala tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa:

1. Untuk mengetahui tentang Etika Bisnis pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT INTI (Persero) Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tentang implementasi *Corporate Social Responsibility* pada PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT INTI (Persero) Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan program kemitraan dan bina lingkungan yang dilakukan oleh PT Industri telekomunikasi Indonesia atau PT INTI (Persero) Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui kendala pada Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dilakukan PT Industri Telekomunikasi Indonesia atau PT INTI (Persero) Kota Bandung dan solusi dari kendala tersebut.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini pada dasarnya mengandung dua kegunaan, Dua kegunaan tersebut yaitu sebagai kegunaan teoritis dan juga kegunaan praktis. Di bawah ini adalah kegunaan dalam penelitian ini yaitu :

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penelitian ini peneliti berharap agar peneliti ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis serta menambah ilmu yang didapatkan selama melakukan proses perkuliahan.
2. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar studi untuk perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis dan diharapkan untuk penelitian yang selanjutnya bisa lebih baik khususnya mengenai etika bisnis dan *corporate social responsibility (CSR)*

1.5.2 Kegunaan Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh informasi mengenai etika bisnis dan *corporate social responsibility*.

Secara rinci kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang implementasi *Corporate Social Responsibility*, memahami Program Kemitraan dan Bina Lingkungan PT INTI (Persero) serta implementasi etika bisnis perusahaan.

2. Akademisi dan Mahasiswa

Untuk dapat memberikan suatu pengetahuan dan pemahaman berdasarkan kenyataan dilapangan yang telah diteliti oleh penulis mengenai Tinjauan Implementasi Etika Bisnis dan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT INTI (Persero) di dalam Program Kemitraan dan Bina Lingkungan

3. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, diharapkan penelitian ini menjadikan sebuah informasi bahwa Perusahaan telah melaksanakan Program sebagai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai bentuk kepedulian dan menjunjung etika kepada lingkungan masyarakat