

**PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PT. TELKOM WITEL
SULAWESI UTARA DITINJAU MAQASHID SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Syabania Andira Suronoto

NIM: 20141077

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
2024 M/1446 H**

PERTANYAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Syabania Andira Suronoto

Nim : 20141077

Program : Sarjana (Strata Satu)

Institut : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 2024

Saya yang menyatakan,



Syabania Andira Suronoto

NIM.20141077

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Di Manado

Assalamu'alaikum Wr, Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Syabania Andira Suronoto

NIM : 20141077

Judul Skripsi : Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap
Pemberdayaan Masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi
Utara Ditinjau dari Maqashid Syariah.

Sudah dapat di ajukan untuk Ujian Skripsi Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing I



Dr. Syarifuddin, S.Ag, M.Ag.
NIP.197411272005011003

Pembimbing II



Dr. Nugraha Hasan, M.E
NIP.199503272019031009

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Fitria Ayu Lestari, M.S.A.
NIP.199403152019032018

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam pemberdayaan masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi Utara ditinjau dari Maqashid Syariah” yang disusun oleh Syabania Andira Suronoto, NIM: 20141077, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada Oktober 2024 bertepatan dengan Safar 1446 H dinyatakan telah dapat di terima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Manado, 08 November 2024

DEWAN PENGUJI :

Ketua	: Dr. Syarifuddin, M.Ag.,CFP.,C.AP.,C.RM	()
Sekretaris	: Dr. Nugraha Hasan, M.E.,CFP	()
Munaqisy I	: Nur Shadiq Sandimula, M.E.,CFP	()
Munaqisy II	: Lilly Anggrayni, M.S.A.,CFP	()
Pembimbing I	: Dr. Syarifuddin, M.Ag.,CFP.,C.AP.,C.RM	()
Pembimbing II	: Dr. Nugraha Hasan, M.E.,CFP	()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Radlyah Hasany Jan, M.Si
NIP. 197009061998032001

MOTTO

“Maka, bersabarlah. Sesungguhnya kesudahan (yang baik) adalah bagi orang-orang yang bertakwa”

(Q.S Hud, 11:49)

*“Look back, The ashes prove my passion always burns eternally.
No regrets, I love this feeling. Down on this road, Call it the Social Path.”*

(Stray Kids – Social Path)

“If no one is proud of you, Be proud of yourself”

(Wizard Liz)

TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-latin berdasarkan surat keputusan bersama menteri agama RI, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 januari 1998.

Transliterasi Arab-latin IAIN

Manado adalah sebagai berikut:

1. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	A	ط	T
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	‘
ث	ṡ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	z	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	‘
ص	ṡ	ي	y
ض	ḍ		

2. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkup, termasuk tanda syaddah, harus ditulis secara lengkap, seperti;

أحمدّ : ditulis *Ahmadiyyah*

شمسّ : ditulis *Syamsiyyah*

3. Ta'marbutah di Akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis “h” kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi Bahasa Indonesia:
- b. Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:
 جمهورية : ditulis *Jumhuriyyah*
 مملكة : ditulis *Mamlakah*

4. Vokal Pendek

Tanda fathah ditulis “a” kasrah ditulis “i” dan damah ditulis “u”

5. Vokal Panjang

- a. “a” Panjang ditulis “ā”, “i” Panjang ditulis “ī” dan “u” Panjang ditulis “ū” masing-masing dengan tanda macron diatasnya.
- b. Tanda *fathah* + huruf ya’ tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ‘ai’ dan *fathah*+*wawu* mati ditulis “au”

6. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘)

أأزئم : *a’antum*

مؤنث : *mu’annas*

7. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* ditulis al-:

القرآن : ditulis al-Qur’an

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

8. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan EYD.

9. Kata dalam Rangkaian frasa kalimat

a. Ditulis kata per kata atau;

b. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام : *Syaikh al-Islam*

تاج الشريعة : *Taj asy-Syari'ah*

التصور الإسلامي : *At-Tasawwur al-Islami*

10. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb, ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Nama Penyusun : Syabania Andira Suronoto
NIM : 20141077
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap
Pemberdayaan Masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi
Utara Maluku Utara Ditinjau Dari Maqashid Syariah

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui penerapan *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara terhadap pemberdayaan Masyarakat. (2) Untuk Mengetahui perspektif Maqashid Syariah Terhadap penerapan program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yakni untuk mendeskripsikan hasil penlitian yang telah ditemukan oleh penliti dilapangan mengenai Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Pemberdayaan Masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Ditinjau Dari Maqashid Syariah sebagaimana yang ada pada rumusan masalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT.Telkom Witel Sulawesi Utara menerapkan CSR sesuai Maqashid Syariah dengan baik, melihat bagaimana PT.Telkom Witel Sulawesi Utara menerapkan program CSR sesuai prinsip menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan dan menjaga harta. Penelitian ini menyimpulkan jika penerapan CSR yang dilaksanakan berdampak positif terhadap Masyarakat sekitar perusahaan dan keberlanjutan jangka Panjang.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Pemberdayaan Masyarakat, Maqashid Syariah.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan suatu karya ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul *“Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Pemberdayaan Masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara Ditinjau Maqashid Syariah”* sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, tak lupa pula shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah pada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabatnya, dan Insya Allah curahan rahmatnya akan sampai pada kita selaku umat yang mengikutinya.

Dalam penelitian ini tentunya tidak lepas dari doa, ridho dan perjuangan kedua orang tua tercinta yaitu Ibu Irmawaty Prahayu Arbie dan Bapak Sukardi Suronoto yang menjadi alasan utama peneliti harus kuat dalam menjalani berbagai ujian, hambatan dan segala masalah selama proses penelitian. Ucapan terima kasih yang tulus kepada kedua orang tua yang telah melahirkan, membesarkan, mengasuh, mendidik, menafkahi, mendoakan peneliti dengan penuh cinta dan kasih sayang hingga bisa sampai ditahap ini. Semoga ayah dan bunda selalu diberi kesehatan, umur Panjang, rezeki serta selalu di lindungi, di berkahi dan di Rahmati oleh Allah SWT Amin. Terima kasih juga kepada adik-adik saya Nazhriel A.P Suronoto, Aleyah Shafia Suronoto dan Abizar Ali Suronoto yang telah memberi dukungan serta ucapan terima kasih kepada keluarga, saudara-saudaraku yang telah memberi bantuan, mendoakan dan memotivasi selama memasuki bangku kuliah, semoga kita semua sehat selalu dan dalam lindungan Allah SWT Amin.

Penulis menyadari sepenuhnya, tanpa bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan dan semangat yang sangat berarti untuk tugas akhir skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

Maka dari itu pada kesempatan ini juga ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri Islam (IAIN) Manado, Prf. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI., Wakil Rektor I Bidang Akademik Dr. Edi Gunawan, M.HI, Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan Dr. Salma, M.HI., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan Dr. Mustang Ambo Baba, S.AG., M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, Ibu Dr. Radlyah Hasan Jan, S.E., M.Si., CGAM., CWC Wakil Dekan I Bidang Akademik, Bapak Dr. Ridwan Tabe, M.Si (alm), Wakil Dekan II, Ibu Dr. Nurlaila Harun, M.Si. Wakil dekan III Bidang kemahasiswaan dan Kerja Sama, Bapak DR. Syarifuddin S.Ag, M.Ag.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Ibu Fitria Ayu Lestari Niu, M.S.A. Ak., dan Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah Ibu Lily Anggrayni, M.S.A.
4. Pembimbing I, Bapak Dr. Syarifuddin, S.Ag, M.Ag Terima kasih atas waktunya dalam membimbing, arahan, kritikan, dan saran selama proses penyelesaian dari awal hingga selesainya penyusunan Skripsi ini.
5. Pembimbing II, Bapak Dr. Nugraha Hasan, M.E Terima kasih atas waktunya dalam bimbingan, arahan, kritikan, motivasi, dukungan dan saran selama proses penyelesaian dari awal hingga selesainya proses penyusunan skripsi ini.
6. Penguji I, Bapak Nur Shadiq Sandimula, M.E dan Penguji II Ibu Lilly Anggrayni, S.E., M.S.A. yang telah bersedia untuk menguji peneliti serta memberikan kritik, saran dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih sebesar-besarnya kepada sahabat saya Jihan Syawie, Claudia Koagow, Tirsia Z Della, Vicka M Budiono, Pratiwi K Madihutu, Nur A Arinda, Sartika Talib, Sitti M Djubuli, Nurul

Lasabuda, Magfira S. Tubagus, Ayu Bachdar, Maysaroh Tuti, Pradita, Anisa, Intan yang selalu menerima keluhan, memberikan dukungan, hiburan dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.

8. Terima kasih Kepada Staff PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara terutama untuk kakak-kakak yang berada divisi Unit Shared Service & General Support karena senantiasa membantu penulis dalam penelitian.
9. Kepada teman-teman seangkatan 2020 terutama untuk Ekonomi Syariah kelas C yang sudah sama-sama berjuang atas kebersamaan yang pernah ada.
10. Dan Terakhir kepada diri sendiri yang telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah walaupun sulit dengan semua proses penyusunan Skripsi dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin. Tetap semangat dalam menjalani proses hidup dan semoga sukses.

Manado, 25 September 2024

Syabania Andira Suronoto

NIM. 20141077

DAFTAR ISI

PERTANYAAN KEASLIAN	i
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	iii
TRANSLITERASI	iv
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	7
G. Definisi Operasional	8
H. Penelitian Terdahulu	9
BAB II KAJIAN TEORI	13
A. Corporate Social Responsibility (CSR)	13
B. Pemberdayaan Masyarakat	18
C. Maqashid Syariah	22
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Tempat dan waktu	27

B. Rancangan Penelitian	27
C. Sumber dan Jenis Data	27
D. Instrumen Penelitian.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	32
C. Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi telah meningkatnya tekanan bisnis antar pelaku bisnis, maka mereka harus mahir dalam membuat dan melaksanakan sebuah strategi bersaing. Suatu bisnis bisa dikatakan unggul jika bisnisnya menawarkan nilai yang berbeda terhadap barang atau jasa yang ditawarkannya. Baik dari segi keunikan barang, pelayanan jasa yang baik atau perbedaan harga yang telah ditawarkan kepada pelanggan. Seperti yang dikatakan Michael Potter, strategi bersaing dapat didefinisikan sebagai serangkaian tindakan atau strategi yang dipilih secara sadar oleh suatu perusahaan atau bisnis untuk membedakan dirinya dari perusahaan lain guna memperoleh nilai unik bagi para pelanggannya.¹

Saat ini, konsep *Corporate Social Responsibility* merupakan kegiatan yang diterapkan oleh perusahaan untuk membangun citra positif terhadap perusahaan.² Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk mencari keuntungan yang besar, dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan membutuhkan dorongan dari beberapa pihak dalam perusahaan maupun luar perusahaan. Perusahaan diwajibkan tidak berpatokan dengan keuntungan saja namun perlu juga untuk memikirkan keberlangsungan usaha kedepan yaitu membangun hubungan yang baik dengan *stakeholders*. Selain untuk mematuhi peraturan hukum, kegiatan CSR juga dilakukan untuk berkontribusi dalam mengembangkan potensi masyarakat dan lingkungan, khususnya Masyarakat setempat sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Publikasi pelaksanaan yang terus menerus menunjukkan bahwa perkembangan terkait konsep dan pelaksanaan CSR di Indonesia saat ini terus mendapatkan perhatian. Peningkatan implementasi CSR di Indonesia berbanding lurus dengan luasnya kepedulian Masyarakat dan semakin besar

¹ Youssef L. Hanessian, Stephen; Bennanin, "Analisis Hubungan Implementasi CSR, Keunggulan Bersaing Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Pada UMKM Mitra Binaan PT. Kereta Api Daop 4 Di Semarang)," *Tetrahedron*.

² Dian Novita Kristiyani and Ocrang Paulus Ibrani Boyliu, "Analisis Implementasi Program Csr Pt.Sido Muncul Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mitra Binaan Mbok Jajan," *Precious: Public Relations Journal 2*,

permintaannya namun jika dilihat pelaksanaan CSR masih banyak kasus dimana pelaksanaannya tidak berjalan.³

Tanggung jawab sosial mengacu pada kewajiban seorang pengusaha untuk mengikuti kebijakan tersebut, membuat keputusan atau mengikuti Tindakan yang diinginkan sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat kita. CSR sebagai sebuah konsep yang mengharuskan perusahaan memenuhi dan memperhatikan kepentingan pemangku kepentingan guna mencapai keuntungannya. Pemangku kepentingan yang disebutkan adalah buruh, pelanggan, masyarakat, pemerintah dan lembaga swadaya Masyarakat.⁴ Seiring berkembangnya suatu usaha atau perusahaan semakin banyak permasalahan yang dihadapi, salah satunya adalah keterbatasan ruang komersial seperti permasalahan lingkungan dalam usaha yang menimbulkan ketidaknyamanan bagi masyarakat sehingga pengusaha perlu melakukan komunikasi dengan Masyarakat untuk berkelanjutannya. Dalam dunia bisnis maka perlu dilakukan kegiatan CSR agar perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa CSR diperlukan untuk membangun nama baik suatu perusahaan.⁵

Pemberdayaan masyarakat dalam program CSR telah banyak dilaksanakan oleh perusahaan, namun masalahnya masyarakat lokal masih menganggap CSR hanya sebagai alat pemasaran bagi perusahaan dan membentuk citra perusahaan dibandingkan memberi solusi untuk permasalahan yang dihadapi masyarakat. Para pemangku kepentingan terutama masyarakat sering kehilangan kepercayaan terhadap kegiatan ini. Kepercayaan masyarakat bisa kembali jika perusahaan dapat memikirkan strategi terbaik untuk membangun hubungan antara perusahaan dan masyarakat agar program tanggung jawab sosial perusahaan yang

³ Quincy Diena Khailifa et al., "Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Amman Mineral Nusa Tenggara Dalam Membentuk Citra Perusahaan," *Tuturlogi* 4, no. 2 (2023): 48.

⁴ Izzah Puspita, Nadia Ananda Machfuda, and Vania Mirabel Salsabila, "Analisis Pengaruh Pelaksanaan Program Csr 'Beasiswa Gojek' Bagi Para Mitra Driver Pt. Gojek Indonesia," *JISIP UNJA (Jurnal Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Jambi)*,

⁵ Yuni Mayanti and Rani Putri Kusuma Dewi, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam," *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*,

dilaksanakan oleh entitas mempunyai dampak positif yang bertahan lama bagi masyarakat.⁶

Hal ini membutuhkan kerjasama antara tiga pihak yaitu perusahaan, pemerintahan dan masyarakat atau kemitraan. Untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang berkualitas dan berkelanjutan merupakan salah satu langkah dalam memperoleh hubungan baik dengan pihak luar perusahaan.⁷ Pelaksanaan CSR di setiap kegiatan harus memperhatikan perusahaan dengan 3 prinsip (*Triple Bottom Lines*) seperti yang telah dikemukakan oleh Elkington sebagai berikut:

1. *Profit*: Perusahaan tetap keuntungan finansial yang bisa memungkinkan untuk tetap beroperasi dan berkembang.
2. *People*: Perusahaan harus mempunyai kepedulian terhadap kesejahteraan Masyarakat. Selain itu, perusahaan bertanggung jawab untuk mengembangkan program sosial. Misalnya: membangun fasilitas Pendidikan dan Kesehatan, mengalokasikan dana beasiswa kepada pelajar daerah, memperkuat ekonomi lokal.
3. *Planet*: Perusahaan juga perlu peduli terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi, prinsip ini sudah diterapkan beberapa instansi. Seperti: penghijauan, renovasi perumahan, menyediakan air bersih dan mengembangkan pariwisata lokal.⁸

Tanggung jawab sosial mengharuskan perusahaan mempunyai kebijakan internal yang memperkirakan bagaimana cara untuk memperlakukan lingkungan dengan baik. Menurut Suharto Mendefinisikan CSR sebagai kepedulian suatu organisasi bisnis untuk bertindak dengan caranya sendiri untuk melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Dalam pandangan lain, CSR adalah suatu pendekatan dimana perusahaan meintregasikan kepedulian sosial ke dalam bisnisnya

⁶ Jurnal Akuntansi, Muhammad Luthfi Iznillah, and Sahat Roy Pianto, "Jurnal Akuntansi & Ekonomika".

⁷ Christina Dessy Permatasari and Bulan Prabawani, "Analisis Program Kemitraan Csr Pt. Telekomunikasi Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Umkm," *Ilmu Administrasi Bisnis* X, no. 3 (2020): 1285–91.

⁸ Kristiyani and Boyliu, "Analisis Implementasi Program Csr Pt.Sido Muncul Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mitra Binaan Mbok Jajan."

dan mengkomunikasikan kepentingannya dengan *stakeholders* berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Menurut Saidi dan Abidin, selain kewajiban ekonomis perusahaan harus memiliki kewajiban hukum, kewajiban etika dan filantropis. Empat tanggung jawab tersebut didefinisikan, sebagai berikut:

1. Tanggung jawab Ekonomis (*Make a profit*) yaitu menghasilkan laba. Laba adalah fondasi dasar dari perusahaan sehingga mengacu pada nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat bagi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan.
2. Tanggung jawab Hukum (*Obey the law*) yang berarti perusahaan tidak boleh melanggar prinsip undang-undang yang telah ditegaskan pemerintah untuk mencari keuntungan.
3. Tanggung jawab Etis (*Be ethical*) yakni perusahaan mempunyai kewajiban untuk mengikuti praktik bisnis yang baik, pantas dan adil. Standar komunitas harus menjadi acuan perilaku organisasi perusahaan.
4. Tanggung jawab Filantropis (*Be a good citizen*) selain mencari keuntungan, mematuhi hukum dan bertindak etis, perusahaan diharuskan memberikan kontribusi yang dapat langsung dirasakan oleh Masyarakat. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup Masyarakat dan lingkungan.⁹

Apabila suatu perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang ada disekitarnya mulai dari karyawan, konsumen, lingkungan hidup dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling menunjang dalam sistem, maka perbuatan tersebut akan hilang dari keberadaan perusahaan itu sendiri.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Perusahaan ini berperan penting dalam memberikan layanan telekomunikasi termasuk telepon kabel, telepon seluler, internet dan layanan data lainnya.¹⁰ PT.Telkom juga telah

⁹ Herlina Astri, "Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (Csr) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia *The Influence of Corporate Social Responsibility Toward the Improvement of Quality of Life In Indonesia*," Jurnal Masalah-Masalah Sosial.

¹⁰ Marsheline A.P et al., "Analisis Kinerja Keuangan Pt Telkom Indonesia (Persero) Tbk Melalui Analisis Rasio Keuangan Tahun," Jurnal Manajemen Risiko.

melaksanakan program CSR, pada tahun 2008 PT.Telkom menyalurkan dana sekitar Rp 145 miliar dan meningkat sebesar 20-30% di tahun 2009.¹¹ Begitu pula dengan perusahaan PT.Telkom Witel Sulut Malut yang sudah melakukan berbagai program CSR seperti pembantuan modal usaha, pembinaan digitalisasi 1001 UMKM di bitung, bantuan komputer ke sekolah dan bantuan air bersih.

Dalam Islam pada prinsipnya tidak diperbolehkan bagi dunia usaha untuk melanggar norma-norma dasarnya untuk mengukur keberhasilan keseluruhan dalam menerapkan skala prioritas yang diperlukan untuk mencapai *falah* dan Islam memberikan pedoman yaitu Maqashid Syariah selain itu dapat mengukur kemaslahatan yang ingin dicapai.¹² Maqashid Syariah dan Masalahah berkaitan sangat erat karena tujuan Maqashid Syariah sendiri adalah mencapai Masalahah. Para ulama Fiqh membagi pembahasan fiqh menjadi dua yakni Muamalah dan Ibadah. Ekonomi Islam sangat terbuka terhadap berbagai inovai baru dalam mngembangkan ekonomi islam. Maka dari itu, dalam bidang muamalah, konsep Masalahah telah menjadi patokan dan konsep yang penting.¹³ Dari sudut pandang Imam Asy Syatibi berpendapat bahwa Maqashid Syariah dapat dikategorikan menjadi tiga yakni mendahulukan kebutuhan dasar (*Al-Dhahuriyyat*), kebutuhan sekunder (*Al-Hajjiyat*) dan kebutuhan tersier (*Al-Tahsiniyyat*).¹⁴ *Al-Dhahuriyyat* memiliki lima inti yaitu memelihara atau menjaga agama (*Hifdzu Al-Din*), memelihara atau menjaga jiwa (*Hifdzu Al-Nafs*), memelihara atau menjaga akal (*Hifdzu Al-'Aql*), memelihara atau menjaga keturunan (*Hifdzu Al-Nasl*) dan memelihara atau menjaga Harta (*Hifdzu*

¹¹ M A Sudirman, "Pengaruh Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Ilmiah METANSI" Manajemen Dan ...*4,no.April(2021)

¹² Aan Finarti and Purnama Putra, "Implementasi Maqashid Al-Syariah Terhadap Pelaksanaan Csr Bank Islam: Studi Kasus Pada Pt. Bank Bri Syariah," *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*.

¹³ Khodijah, "Maqashid Syari'ah Dan Masalahah Dalam Ekonomi Dan Bisnis Syari'ah," *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 3, no. 1 (2014): 659–72.

¹⁴ H Panjaitan, "Implementasi Maqashid Syariah Dalam Corporate Social Responsibility Di BPRS AL-Wasliyah Medan," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI]*.

Al-Mal).¹⁵ Di sisi lain, Maqashid Syariah berupaya dalam melayani kepentingan individu dan masyarakat luar maupun dalam perusahaan. Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility* sesuai dan dapat diukur melalui Maqashid Syariah.¹⁶ Dari pernyataan di atas, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan program *Corporate Social Responsibility* yang diterapkan oleh PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara dan apakah memenuhi lima inti dari konsep Maqashid Syariah.

Berdasarkan uraian yang berada di latar belakang, peneliti tertarik untuk meneliti apa yang diterapkan melalui program CSR PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara dan apakah program tersebut memenuhi lima inti dari konsep Maqashid Syariah. Oleh karena itu, peneliti memilih judul penelitian “Penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Pemberdayaan masyarakat PT.Telkom Witel Sulut Malut ditinjau Maqashid Syariah”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah yaitu Penerapan program *Corporate Social Responsibility* terhadap pemberdayaan masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara ditinjau Maqashid Syariah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi permasalahan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya membahas bagaimana Penerapan program *Corporate Social Responsibility* terhadap pemberdayaan Mitra Binaan

¹⁵ Zaini Abdillah Siregar, Annio Indah Lestari Nasution, and Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, “Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility Pada PT. BPRS Puduarta Insani Berdasarkan Perspektif Maqashid Syariah,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.

¹⁶ Saiful Muchlis and Anna Sutrisna Sukirman, “Implementasi Maqashid Syariah Dalam Corporate Social Responsibility Di Pt Bank Muamalat Indonesia,” *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.

UMKM PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara untuk kawasan Sulawesi Utara.

2. Peneliti meninjau program penerapan *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara berdasar teori Maqashid Syariah.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan dalam penelitian yaitu:

1. Bagaimana penerapan program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulut Malut terhadap pemberdayaan masyarakat?
2. Bagaimana perspektif Maqashid Syariah terhadap program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam melakukan penelitian untuk mengetahui makna dari data yang sudah didapat selain itu agar dapat menemukan kebenaran, baik empiris sensual maupun empiris logis¹⁷, Adapula tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui penerapan program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara terhadap pemberdayaan Masyarakat.
2. Untuk Mengetahui perspektif Maqashid Syariah Terhadap penerapan program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara.

F. Kegunaan Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan secara praktis:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan teori penerapan Maqashid Syariah terhadap program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara.

¹⁷ Rafika Ulfa, "Konsep Dasar Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan," *Al-Fathonah : Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 1, no. 5 (2022): 578–96.

2. Kegunaan Praktis

Adapun secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai:

a. Bagi Akademis

Dapat memberikan pengetahuan tambahan dan referensi bagi civitas akademik dalam penelitian yang berhubungan dengan penelitian selanjutnya yang dapat di kembangkan menjadi lebih sempurna.

b. Bagi Masyarakat

Dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat akan hak-hak yang dapat diperoleh dari perusahaan.

c. Bagi PT.Telkom Witel Sulut Malut

Alat ukur bagi perusahaan dalam mempertahankan maupun mengembangkan pelaksanaan program CSR yang telah dilaksanakan.

G. Definisi Operasional

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu dari berbagai upaya perusahaan dalam mendorong hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian terpenting untuk mendorong langkah perusahaan yakni mencapai reputasi baik dan tujuan yang diinginkan.¹⁸ Sebagai pelaku bisnis perusahaan pasti sudah mempunyai kegiatan tertentu yang telah direncanakan untuk mencapai tujuannya. Selain memperoleh keuntungan, tujuan perusahaan biasanya adalah pertumbuhan yang berkesinambungan (*Growth*), kelangsungan hidup (*Survive*) dan pandangan positif masyarakat (*Image*). Oleh karena itu, diperlukan suatu lembaga yang dapat memberikan apa yang dibutuhkan dalam aspek sosial, lingkungan dan ekonomi.

¹⁸ Siregar, Nasution, and Nasution, "Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility Pada PT. BPRS Puduarta Insani Berdasarkan Perspektif Maqashid Syariah."

2. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan Masyarakat merupakan serangkaian kegiatan dalam memenuhi kesejahteraan setiap orang sesuai dengan kebutuhannya. Seorang manusia tidak dapat hidup tanpa orang lain, hal ini berlaku juga untuk keluarga, kelompok organisasi dan komunitas. Nilai-nilai sosial pemberdayaan masyarakat harus ditunjukkan oleh setiap orang secara individu untuk menciptakan solidaritas antar umat. Untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang harus bekerja sama dengan orang lain, merencanakan pemuasan kebutuhan tersebut. Pada saat yang sama, distribusi kesejahteraan yang dilakukan oleh negara tidak dapat dikatakan merata sehingga masyarakat harus diberdayakan melalui organisasi-organisasi kemasyarakatan.¹⁹

3. Maqashid Syariah

Maqashid Syariah merupakan tujuan dalam setiap-setiap hukum syariat untuk diterapkan dalam kehidupan manusia, selain itu Maqashid Syariah memiliki fungsi untuk melakukan dua hal penting yaitu menjaga manfaat (*Maslahah*) dan mencegah terjadinya bahaya atau kerusakan (*Mudharrat*). Maqashid Syariah memiliki 5 jenis pemeliharaan yang termasuk dalam al-ushul al-khamsah yakni, memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan dan memelihara harta.

H. Penelitian Terdahulu

Perbandingan terdahulu berfungsi sebagai bahan dan perbandingan di dalam penelitian ini.

1. Penelitian dari Nurul Wulandari Putri, penelitian ini berbentuk jurnal yang berjudul “Implementasi penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* pada Spiritual Company Waroeng Group Perspektif Maqashid Syariah”. Persamaan dari penelitian ini dan peneliti adalah metode penelitian yang sama yaitu memakai metode kualitatif sedangkan perbedaannya adalah pembahasan tentang *Islamic Corporate*

¹⁹ Sobirin Bagus, “Islam Dan Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Hadis,” *Al-Bayan: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Hadist*,

Social Responsibility, Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa manajemen *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan secara maksimal secara keseluruhan sesuai dengan peratur perundang-undangan dan juga prinsip-prinsip ICSR yang dianut. Dari segi implementasi, prinsip-prinsip Maqashid Al-Syariah pengelolaan ICSR yang diterapkan oleh Spiritual Company Waroeng Group selama ini masih sudah dilaksanakan dengan kesesuaian urgensinya.²⁰

2. Penelitian berbentuk jurnal dari Erti Rospyana Rufaida, Muh.Su'un dan Syamsuri Rahim yang berjudul "Analisis Alokasi Dana Zakat dan Tanggung Jawab Sosial dengan Pendekatan Maqashid Syariah pada Bank Syariah". Persamaan dari kedua penelitian yakni memakai metode penelitian yang sama, penelitian ini bertujuan untuk menyikapi alokasi dana zakat dan tanggung jawab sosial melalui Maqashid Syariah. Hasil penelitian menyimpulkan tanggung jawab sosial pada bank mandiri syariah KCP Makassar Unismuh disalurkan dengan menggunakan konsep zakat produktif dalam kegiatan berbagai sektor yaitu pemberdayaan ekonomi, Pendidikan, sosial dan keagamaan.²¹
3. Penelitian dari Fauzan yang berjudul *Corporate Social Responsibility dan Etika Bisnis (Perspektif Etika Moral Immanuel Kant)*. Penelitian ini memiliki pembahasan tentang program CSR dalam pandangan Immanuel Kant. Kedua penelitian ini memiliki kesamaan tentang pembahasan program CSR dan tanggung jawab sosial perusahaan yang bisa dilihat dari empat prinsip seperti tanggung jawab ekonomis, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etnis dan tanggung jawab filantropis. Berdasarkan hasil yang telah diteliti, hasil dari penelitian ini yaitu perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* tidak mengikuti trend tertentu, mereka bertindak hanya karena kewajibannya semata. Menurut Kant, hanya perbuatan yang tidak terikat

²⁰ Maiti and Bidinger, "Implementasi Penerapan Islamic Corporate Social Responsibility Pada Spiritual Company Waroeng Group Perspektif Maqasid Al-Syariah," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 1689–99.

²¹ Jurnal Hukum et al., "J-Hes," *Jurnal* 05 (2021): 1–15.

pada kewajiban yang disebut imperatif kategoris, di sini kehendak dan hukum adalah satu. Inilah yang disebut Kant sebagai “alasan praktis murni”. Kant menganggap imperatif kategoris ini sebagai prinsip moralitas *transcendental*. Jika suatu perusahaan mampu memenuhi tanggung jawab sosialnya hanya karena kewajibannya maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah berperilaku etis.²²

4. Penelitian selanjutnya dari Mochamad Firmansyah dan Saifudin Mutaqi yang berjudul “Efektivitas Program CSR “*Community Involvement Development*” Pada Telkomgroup. Penelitian ini membahas soal aktivitas CSR pada sektor swasta, *Community Involvement Development* dan Penerapan CID. Hasil dari penelitian ini adalah kegiatan CSR dapat meningkatkan citra perusahaan tidak hanya dimasyarakat tetapi juga dalam perusahaan. Telkomgroup berkontribusi aktif dibidang pendidikan melalui program kemitraan dan memberikan peluang ekonomi, pemberdayaan perempuan, bantuan kesiapsiagaan bencana melalui berbagai program. Melalui kegiatan CID, Telkomgroup juga mendapatkan manfaat peningkatan keuntungan dibandingkan sebelum melaksanakan CSR. Meningkatkan citra positif grup Telkom juga memberikan manfaat bagi kebijakan pemerintah yaitu meningkatkan visibilitas dan penerimaan perusahaan di kalangan masyarakat umum.²³
5. Penelitian yang terakhir dari Tasya Hadi Syahputri dan Muhammad Anwar Fathoni yang berjudul “Pemberdayaan berbasis masyarakat dalam perspektif Maqashid Al-Syariah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran pemberdayaan berbasis masyarakat pada komunitas UKMP Kota Depok. Hasil dari penelitian ini adalah memberi penjelasan bahwa komunitas UKMP telah berperan dalam pemberdayaan anggotanya. Pemberdayaan yang dirasakan dalam dimensi spiritual, material, pendidikan dan perlindungan hak asasi

²² Fauzan, “Corporate Social Responsibility Dan Etika Bisnis,” *Modernisasi*.

²³ Mochamad, Saifudin Mutaqi Firmansyah, “Efektivitas Program Csr ‘Community Involvement Development’ Pada Telkomgroup,” *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 3 (2023): 115–30.

manusia. UMKM dapat memberdayakan dirinya melalui peran Masyarakat untuk meningkatkan kapasitasnya, mengembangkan ilmu pengetahuan, menciptakan kemandirian dan mendukung peningkatan perekonomian.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Corporate Social Responsibility (CSR)

Para ahli berbeda pendapat mengenai definisi CSR merupakan tuntunan global dimana keberhasilan perusahaan tidak hanya dinilai dari hasil finansial dan pasar dari produknya namun juga kinerja sosial dan lingkungannya. Secara konseptual, CSR tidak jarang dipertukaran dengan frasa lain seperti *Corporate Responsibility*, *Corporate Sustainability*, *Corporate Accountability*, *Corporate Citizenship* dan *Corporate Stewardship*.²⁴ Pelaksanaan program tanggung jawab sosial terjadi karena adanya kebijakan regulasi, adanya pihak yang terkait dalam pelaksanaannya dan adanya Lembaga yang melaksanakan kegiatan atau program tersebut. Dengan demikian, pelaksanaan CSR tidak lepas dari peran para pemangku kepentingan dalam pelaksanaannya, dimana dapat dikatakan bahwa para pemangku kepentingan tersebut adalah bagian dari organisasi.²⁵

Istilah *Corporate Social Responsibility* adalah konteks tanggung jawab sosial yang sudah digunakan secara global dan digunakan sekitar tahun 1970-an lalu lama-kelamaan populer apalagi setelah keluarnya karya John Elkington yang berjudul *Cannibals With Forks The Triple Bottom Line in 21st century Business* (1998). Dengan tiga komponen yang penting *Sustainable development* yakni *Economic growth*, *Environmental protection*, dan *Sosial equity*. Elkington merangkum CSR menjadi tiga fokus yaitu 3p yang berarti keuntungan (profit), namun juga mempertimbangkan kelestarian lingkungan (planet) dan kesejahteraan Masyarakat (people).²⁶ Yang dimaksudkan oleh *Triple Bottom Line*, yakni:

1. Profit (Keberlanjutan Laba/keuntungan) CSR

Keberlanjutan keuntungan berarti alat pendukung yang membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan ritme bisnisnya karena

²⁴ Sunaryo Sunaryo, "Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan," *Masalah-Masalah Hukum*.

²⁵ Imelda Veronica Gea, Muhammad Saleh, and Rahmad Budi Suharto, "Peranan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Tingkat Pembangunan Desa," *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen* 18, no. 3 (2022): 551.

²⁶ Denise Baden and Stephen Wilkinson, "Corporate Social Responsibility in Cuba," *CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, 2021, 637–49.

program CSR menghilangkan dampak negatif Masyarakat dan lingkungan terhadap perusahaan. Dengan menghilangkan dampak negative ini, bisnis inti perusahaan dapat terus beroperasi dan memperoleh keuntungan secara ekonomi.

2. *People* (keberlanjutan sosial)

Keberadaan suatu bisnis ditengah Masyarakat tentu akan memberikan dampak bagi Masyarakat tersebut. Faktanya, dampak tidak selalu positif dan bisa jadi mendapatkan dampak negatif. Oleh karena itu, dunia usaha sebagai anggota Masyarakat mempunyai kewajiban untuk berkontribusi aktif dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Keberlanjutan dalam Masyarakat dicapai melalui program CSR dengan mendukung masyarakat sekitar perusahaan, meningkatkan derajat kesehatan, Pembangunan daerah dan mempromosikan hak asasi manusia.

3. *Planet* (keberlanjutan lingkungan)

Keberadaan perusahaan juga akan berdampak pada menurunnya tingkat kelestarian alam. Oleh karena itu, Perusahaan mempunyai kewajiban untuk memulihkan tingkat keberlanjutan dilingkungan melalui program CSR yang ditujukan untuk kelestarian bumi. Keberlanjutan di lingkungan hidup diterapkan dengan menggunakan teknologi ramah lingkungan, menerapkan standar tinggi dalam audit lingkungan dan membangun Kawasan keberlanjutan dengan partisipasi komunitas.²⁷

Berdasarkan teori Elkington, CSR merupakan suatu konsep bagi organisasi khususnya perusahaan yang mempunyai tanggung jawab untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna, karyawan, pemegang saham, masyarakat dan lingkungan dalam segala aktivitasnya banyak berbagai macam penafsiran dan penerimaan CSR hingga saat ini belum ada konsesus mengenai batasan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun terdapat pemahaman umum mengenai tanggung jawab sosial perusahaan di masyarakat Eropa, sebagaimana tercantum dalam pernyataan berikut “Ada konsensus luas di Eropa mengenai definisi CSR, dimana perusahaan

²⁷ Pujiyono and JamalTriyanto Wiwoho, “Model Pertanggungjawaban Hukum Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat,” *עלון עבודה* 66, no. 1 (2016): 37–39.

menggabungkan aspek sosial dan lingkungan secara sukarela dengan aktivitas bisnis dan interaksi dengan pemangku kepentingan”²⁸

Corporate Social Responsibility mulai populer di Indonesia sejak tahun 1990-an, beberapa perusahaan telah menerapkan CSA (*Corporate Social Activity*) atau bisa juga disebut sebagai “kegiatan sosial perusahaan”. Meskipun tidak dinamakan CSR namun istilah CSA merupakan inisiatif yang mendekati dengan konsep CSR, dimana perusahaan turut serta memperhatikan masyarakat dan lingkungan. Pelaksanaan CSR berpatokan pada pasal 74 undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan terbatas dan pasal 15, pasal 17 dan pasal 34 undang-undang nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal yang mengatur tentang kewajiban perusahaan dalam penanaman modal untuk melaksanakan program CSR. Praktik CSR di Indonesia masih pada tahap pembagian manfaat yaitu memenuhi kebutuhan yang *Felt needs* (keinginan) dan *Real needs* (kebutuhan), Hal ini dikarenakan banyak perusahaan yang belum memahami pentingnya mengetahui dan merespon kebutuhan Masyarakat yang sebenarnya dengan melaksanakan CSR secara tepat. Kecenderungan dari perusahaan yang melakukan CSR adalah melakukan kegiatan dalam bentuk donasi bahkan pada tingkat kemurahan hati yang paling rendah, Perusahaan harus terlibat dalam CSR dengan mengingat perusahaan dan Masyarakat setempat akan “tumbuh bersama” artinya seiring berkembangnya perusahaan, mereka menggerakkan Masyarakat menuju kualitas hidup yang lebih baik dan perusahaan serta masyarakat dapat berkembang bersama.²⁹

Perusahaan yang meyakini bahwa CSR merupakan kewajiban perusahaan secara otomatis akan melakukan investasi sosial. Sebagai investasi sosial, perusahaan akan menghasilkan keuntungan berupa manfaat yang akan diperoleh antara lain:

²⁸ Wendy Chapple and Jeremy Moon, “Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia,” *Business&Society*.

²⁹ Cita Insaniah Muhammad, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, “Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pt. Indonesia Power Upjp Kamojang,” *Share : Social Work Journal* 8, no. 2 (2019): 195.

- a. Peningkatan keuntungan dan kinerja keuangan yang lebih kuat misalnya melalui kinerja lingkungan.
- b. Memperkuat akuntabilitas, evaluasi dan komunitas investasi.
- c. Promosikan keterlibatan karyawan karena mereka diperhatikan dan dihargai.
- d. Mengurangi kerentanan terhadap keresahan masyarakat.
- e. Meningkatkan reputasi dan perkembangan perusahaan.³⁰

Kewajiban melaksanakan CSR tidak hanya berlaku bagi perusahaan publik (BUMN), Peraturan CSR diatur secara ketat oleh undang-undang. Melalui Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) dan Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal (UU PM), Setiap perusahaan atau investor harus melakukan Upaya-upaya untuk melaksanakan tanggung jawab perusahaan yang telah ditetapkan, dianggarkan dan dihitung sebagai pengeluaran bisnis. Kebijakan tersebut juga memberikan sanksi bagi perusahaan yang tidak mematuhi kewajiban tersebut. Dalam undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal ditegaskan bahwa “setiap penanam modal mempunyai kewajiban untuk memikul tanggung jawab sosial perusahaan”, penjelasan ini memperjelas bahwa yang dimaksud dengan “Tanggung jawab sosial perusahaan “adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap penanaman modal. Perusahaan senantiasa menciptakan hubungan yang sesuai, seimbang, selaras dengan lingkungan dan Masyarakat setempat.³¹

Antusiasme masyarakat seringkali muncul di awal program kemudian berkurang seiring dengan berjalannya program CSR. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan selalu mendukung masyarakat untuk melaksanakan program CSR hingga selesai untuk kepentingan bersama melalui kegiatan

³⁰ Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, and Abdul Wachid, “Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat,” *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya* 2, no. 1 (2014): 109–15.

³¹ Muhammad Imam Purwadi, “Konsep Dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perbankan Syariah,” *Jatiswara* 31, no. 3 (2017): 401–15.

sosialisasi dan konsultasi. Program CSR menghasilkan hal positif apabila dukungan Masyarakat besar.³²

Selain itu terdapat lima langkah yang bisa dijadikan pedoman dalam merumuskan program CSR:

- a. **Komitmen:** Pendekatan masyarakat menjadi langkah awal dalam membangun komunikasi dan relasi yang baik. Tahap ini dapat terjadi sebagai sosialisasi rencana pengembangan program tanggung jawab sosial.
- b. **Evaluasi:** Perusahaan dapat mengetahui permasalahan dan kebutuhan masyarakat yang dijadikan dasar program.
- c. **Rencana aksi:** Merumuskan rencana atau kegiatan, dalam program yang dilaksanakan. Perhatian harus diberikan pada aspirasi masyarakat (*Stakeholders*) di satu pihak dan misi perusahaan termasuk pemegang saham.
- d. **Tindakan dan bantuan darurat:** Melaksanakan program yang disepakati. Program dapat dilaksanakan secara mandiri, komunitas atau organisasi lokal.
- e. **Evaluasi dan penghentian atau pembaruan:** Menilai keberhasilan dari pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan di industri jika program dihentikan berdasarkan evaluasi harus ada semacam strategi penghentian dan jalan keluar diantara pihak.³³

Implementasi program CSR sangat beragam, tidak hanya terbatas pada program sosial tetapi juga program ekonomi. Ada sejumlah kegiatan lain yang dapat dijadikan sasaran tanggung jawab sosial perusahaan seperti sektor Pendidikan, sosial dan lingkungan hidup. Penerapan CSR setiap perusahaan sangat bergantung pada visi, misi, budaya, lingkungan, profit dan risiko serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan telah terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan peanggan,

³² Sri Hesti, Said Nuwrun Thasimmim, and Wandira Rimayanti, "Efektivitas Iklan Traveloka Televisi Konvensional Pada Konsumen Di Era Digital," *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study* 7, no. 1 (2021): 57–65.

³³ T Romi Marnelly, "Tinjauan Teori Dan Praktek Di Indonesia," *Jurnal Aplikasi Bisnis* 3, no. 1 (2012).

komunitas, karyawan, lingkungan yang merupakan titik awal baik untuk pendekatan CSR.³⁴

B. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan merupakan wujud dari konsep CSR, semua ini dapat diterapkan pada hampir semua tingkatan. Oleh karena itu, pemberdayaan merupakan suatu proses yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas individu, keluarga, kelompok dan Masyarakat agar dapat berperan dalam memperbaiki kondisinya. Pemberdayaan adalah Upaya membangun tenaga dengan cara mendorong dan menciptakan kesadaran akan potensi diri serta Upaya untuk mengembangkannya. Pemberdayaan juga mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau kekuasaan untuk menentukan pilihan hidupnya.³⁵

Pemberdayaan Masyarakat merupakan salah satu cara untuk memperoleh kesejahteraan umum. Tidak hanya penguatan secara individu anggota Masyarakat namun juga penguatan kelembagaan. Penanaman nilai-nilai budaya modern seperti kerja keras, berhemat, toleransi dan tanggung jawab mejadi bagian penting dalam Upaya pemerdayaan tersebut. Pemberdayaan dalam kelompok Masyarakat tidak hanya menjadi tugas dan tanggung jawab pemerintah tetapi juga itu menjadi perhatian dan tanggung jawab bagi keberlanjutan perusahaan. Peraturan Menteri dalam negeri Nomor 7 Tahun 2007 pasal 11 ayat 8 tentang kader pemberdayaan Masyarakat adalah suatu strategi yang digunakan dalam Pembangunan Masyarakat sebagai uaya untuk mewujudkan kemampuan dan kemandirian dalam kehidupan masyarakat berbangsa dan bernegara.³⁶

Pemberdayaan dan pengembangan Masyarakat dapat dilakukan oleh siapa saja yang mempunyai kekuasaan dan wewenang untuk mengembangkan Masyarakat dalam memanfaatkan potensi yang

³⁴ Et al., "Model Implementasi Corporate Social Responsibility Program Kemitraan Pada Mitra Binaan Badan Usaha Milik Negara Di Provinsi Kalimantan Selatan," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 14, no. 3 (2016): 481–91.

³⁵ Dewi Wahyuni, "Corporate Social Responsibility (CSR) Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat," *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 5, no. 1 (2022): 65.

³⁶ Rahmadani Rahmadani, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, "Fungsi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Pengembangan Dan Pemberdayaan Masyarakat," *Share : Social Work Journal* 8, no. 2 (2019): 203.

dimilikinya. Salah satu pihak yang dapat mencapai hal tersebut adalah para pelaku usaha yang berada disekitar Masyarakat, mereka dapat memberdayakan dan mengembangkan Masyarakat dengan meningkatkan pengetahuannya dan memanfaatkan potensi yang dimiliki Masyarakat dengan menyelesaikan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR).³⁷

Terkait dengan semakin berkembangnya hubungan perusahaan dengan Masyarakat lokal maka perusahaan harus mampu meningkatkan partisipasi Masyarakat dalam kegiatan perusahaan atau paling tidak mencegah munculnya kesenjangan hubungan sosial ekonomi antar Masyarakat dan perusahaan meningkatkan daya saing dan kemnadirian masyarakat lokal. Oleh karena itu, diperlukan suatu forum program yang dapat memeberikan kemandirian kepada Masyarakat sekitar dalam menyelenggarakan sosial ekonominya sendiri dengan menciptakan ada kemasyarakatan yang biasa disebut *Community development* dengan tujuan untuk memberdayakan Masyarakat.³⁸

Pemberdayaan Masyarakat merupakan salah satu alternatif pengetasan kemiskinan. Dalam pemberdayaan memerlukan kerja sama seluruh pemangku kepentingan mulai dari pemerintah, swasta dan organisasi. Keberadaan pihak swasta dalam hal ini perusahaan sebagai badan komersial sebenarnya telah membawa banyak manfaat bagi Masyarakat, seperti membka lapangan kerja dan menyediakan barang-barang yang diperlukan Masyarakat, membayar pajak, memberikan dan lain-lain. Namun disisi lain masih banyak permasalahan seperti eksploitasi sumber daya manusia yang tidak seimbang antara hak dan kewajiban perusahaan terhadap pekerja,

³⁷ Mochamad Alfaizi Noor Rizkhy et al "Pemberdayaan Masyarakat Mengenai Geo Wisata (Studi Kasus Dalam Implementasi CSR PT Geo Dipa)" Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial 5, no. 1 (2022): 65.

³⁸ Achmad Kurniawan, Wahyu Hidayat, and Sri Suryoko, "Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat (Studi Kasus Program Kemitraan Bank Jateng Pada SPT Bubakan) Achmad Kurniawan , Administ," *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun*, 2015, 1–11.

eksploitasi alam secara massif yang mengakibatkan kerusakan lingkungan dan menimbulkan dampak buruk terhadap lingkungan.³⁹

Pemberdayaan Masyarakat sangat erat kaitannya dengan Pembangunan keberlanjutan karena pemberdayaan Masyarakat itu penting dan dapat diibaratkan sebagai pintu yang mengarah pada kesejahteraan ekonomi, sosial dan lingkungan. Lingkungan strategis yang menjadi milik masyarakat setempat, meliputi kegiatan industri, ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Melalui pemberdayaan, anggota masyarakat didorong untuk memanfaatkan sumber daya sebaik-baiknya yang terlihat dalam praktik produktif, ekonomi, sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dianggap sebagai kaitannya dengan pemberdayaan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan.⁴⁰

Kemandirian Masyarakat adalah suatu keadaan yang dialami Masyarakat yang ditandai dengan kemampuan berpikir, memutuskan dan berbuat sesuatu yang dianggap tepat dalam rangka mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan tenaga atau kemampuan yang ada. Tujuan lebih spesifik dari pemberdayaan Masyarakat adalah sebagai berikut:

a. Perbaikan kelembagaan (*Better Institution*)

Dengan perbaikan kegiatan atau yang dilakukan diharapkan dapat memperbaiki mekanisme kelembagaan termasuk pengembangan jaringan Kerjasama dunia usaha.

b. Peningkatan usaha (*Better Business*)

Dengan adanya perbaikan aksesibilitas dan perbaikan kelembagaan, diharapkan dunia usaha semakin membaik.

c. Peningkatan pendapatan (*Revenue More Income*)

Dengan adanya perbaikan usaha yang dilakukan diharapkan mendapatkan penghasilan yang meningkat dari sebelumnya termasuk pendapatan keluarga dan penghuninya.

³⁹ Dewi Wahyuni "Corporate Social Responsibility (CSR) Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat".

⁴⁰ Dexxi Sulistiawan, "Peran Corporate Social Responsibility Pt Bumi Persada Permai Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Di Desa Telang Kec. Bayung Lencir)," Manajemen Keuangan Syariah 1, no. 1 (2021): 1–17.

d. Memperbaiki lingkungan (*Better environment*)

Meningkatkan pendapatan harus memperbaiki lingkungan (fisik dan sosial) karena kerusakan lingkungan sringkali disebabkan oleh kemiskinan.

e. Peningkatan Kehidupan (*Better life*)

Tingkat pendapatan yang lebih dan kondisi lingkungan yang baik akan meningkatkan kondisi kehidupan setiap keluarga dan Masyarakat.

f. Peningkatan sosial (*Better community*)

Kondisi kehidupan yang lebih baik didukung dengan lingkungan entah fisik dan sosial yang lebih baik juga akan menghasilkan kehidupan masyarakat lebih baik.⁴¹

Pemberdayaan Masyarakat diartikan sebagai konsep Pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Dengan konsep ini mencerminkan paradigma Pembangunan baru yakni bersifat *people centered* (berpusat pada manusia), *participatory* (partisipatif), *empowering* (memberdayakan) dan *sustainable* (berkelanjutan). Islam memandang Masyarakat sebagai suatu sistem yang individunya saling membutuhkan dan saling mendukung. Individu dalam Masyarakat mempunyai hubungan yang idealnya saling menguntungkan. Perbedaan pendapatan finansial merupakan potensi yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keharmonisan dan persahabatan antar manusia.⁴² United Nations telah menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat harus dilakukan melalui beberapa proses yang dinyatakan organisasi UN, sebagai berikut:

- a. Mengenal masyarakat lokal yaitu mengetahui karakteristik masyarakat di setiap desa akan menjadi sebuah pemberdayaan.
- b. Mengumpulkan pengetahuan tentang masyarakat lokal, khususnya mengumpulkan informasi terkait masyarakat lokal. Informasi

⁴¹ Pemberdayaan Masyarakat et al., "Pt Sari Husada Yogyakarta Melalui Program Corporate Social Responsibility (Csr) Rumah Srikandi," 2013, 1–17.

⁴² Alhada et al., "Ar Rehla: *Journal of Islamic Tourism*, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif."

tersebut mencakup informasi mengenai tingkat pendidikan, pekerjaan, dan kondisi sosial ekonomi masyarakat.

- c. Mengidentifikasi pemimpin lokal, yaitu mencapai pemberdayaan masyarakat, memerlukan dukungan dari pemimpin lokal atau tokoh masyarakat. Memang benar bahwa pemimpin atau individu mempunyai pengaruh yang kuat terhadap masyarakat sehingga pemberdayaan yang dicapai tidak sia-sia.
- d. Menstimulasi masyarakat untuk menyadari adanya permasalahan, yaitu merangsang masyarakat untuk menyadari adanya permasalahan yang perlu diselesaikan bersama-sama dengan menggunakan pendekatan yang menarik.
- e. Membantu masyarakat membicarakan permasalahannya berarti masyarakat diajak untuk berbincang bersama untuk memecahkan permasalahan tersebut.
- f. Membantu masyarakat mengidentifikasi permasalahan mereka yang paling mendesak, khususnya menyelesaikan permasalahan yang mendesak untuk mencapai tujuan pemberdayaan, khususnya kemandirian masyarakat.

C. Maqashid Syariah

Dari segi kebahasaan, kata “*maqashid syariah*” terdiri dari dua penggalan kata, yaitu “*maqashid*” dan “*al-syariah*” yang masing-masing mempunyai makna tersendiri. Kata “*maqashid*” merupakan bentuk jamak (jama’) dari kata “*maqashid*”. Sedangkan arti “*syariah*” secara harfiah berarti segala sesuatu yang telah Allah tunjukkan kepada hamba-nya termasuk aturan hukumnya.⁴³

Pada hakikatnya menilai dan memahami syariat adalah salah satu proses berfikir manusia begitu pula dengan mengenal makna Al-Qur’an dan analoginya. Yang berarti usaha manusia dalam mengarahkan pikirnya diatur dalam teori hukum. Dalam proses sejarah, aturan syariah mengalami

⁴³ Dewi Wahyuni, “Corporate Social Responsibility (CSR) Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat”.

penafsiran yang berbeda-beda sehingga memunculkan konsep yang berbeda-beda. Maqashid syariah memiliki empat aspek, yakni:

- a. Tujuan awal syariah yaitu kemaslahatan manusia di dunia dan akhirat.
- a. Syariah berfungsi sebagai suatu hal yang harus dipahami.
- b. Syariah berfungsi sebagai hukum taklif yang harus dilakukan.
- c. Syariah memiliki tujuan membawa manusia kebawah naungan hukum.

Aspek pertama berkaitan dengan misi dan sifat maqashid syariah. Pertimbangan lainnya terkait dengan ruang lingkup bahasanya, agar syariat dipahami sedemikian rupa sehingga tercapai kemaslahatan yang terkandung di dalamnya. Aspek ketiga terkait penerapan aturan syariah untuk menciptakan keuntungan. Ini juga mengacu pada kemampuan seseorang dalam menerapkannya. Aspek terakhir menunjuk pada ketaatan manusia sebagai mukallaf terhadap dan melawan hukum tuhan atau lebih tepatnya, sisi obyektif syariat berupaya membebaskan manusia dari batas-batas nafsu.⁴⁴

Unsur utama dalam tujuan maqashid syariah yang harus dipertahankan yakni agama. Islam mewajibkan ibadah dan melarang kegiatan yang merugikan agama demi mempertahankannya. Pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak hanya melibatkan pemberian bakat an keterampilan tetapi juga memperhatikan komitmen mereka kepada Allah SWT. Hal ini tidak hanya memenuhi kebutuhan finansial kita diajarkan untuk mengembangkan agama kita melalui alaman agama seperti shalat, zakat, infaq, shadaqah dan lain-lain. Tidak ada manfaatnya mengembangkan pemberdayaan ekonomi jika hanya berfokus kepada industri yang menguntungkan. Ekonomi Islam menjunjung tinggi cita-cita yang memungkinkan orang beriman, tidak hanya menikmati kekayaan materi tetapi juga berkontribusi terhadap kemakmuran sosial dan kemajuan ekonomi.⁴⁵

⁴⁴ Ridwan Jamal, "Maqashid Al-Syari'Ah Dan Relevansinya Dalam Konteks Kekinian," *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* 8, no. 1 (2016): 1–12.

⁴⁵ Efriza Pahlevi Wulandari, Kasuwi Saiban, and Misbahul Munir, "Implementasi Maqashid Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat," *Invest Journal of Sharia & Economic Law* 2, no. 1 (2022): 1–15.

Secara etimologis, Maqashid Syariah terdiri dua kata yaitu Maqashid dan Syariah. Maqashid merupakan bentuk jamak dari Maqashud yang berarti tujuan atau niat. Lalu, syariat artinya jalan menuju air atau bisa dikatakan jalan menuju sumber kehidupan. Sedangkan secara terminologi, ada beberapa ulama yang telah mengemukakan pengertian dari Maqashid Syariah seperti, Imam Ghazali.⁴⁶

Menurut Imam Al-Ghazali, berpendapat bahwa yang perlu diperhatikan dalam definisi masalah ini adalah masalah dalam pertimbangan. Sebab terkadang hal yang dianggap masalah oleh manusia belum tentu demikian menurut syariah. Mirip dengan mafsadah jadi masalah adalah menjunjung tinggi tujuan syara' meskipun bertentangan dengan tujuan kemanusiaan. Maqashid al-Syariah secara sederhana diartikan sebagai "tujuan umum pengembangan hukum syariah". Dalam konsep hukum syariah, tujuan umum pengembangan hukum syariah adalah mencapai kemaslahatan umat.⁴⁷

Maqashid Syariah adalah pengabdian menolak segala keburukan dan menarik kebaikan sehingga dikenal prinsip memperoleh keuntungan dan menghindari kerugian. Hakikat atau tujuan awal penerapan maqashid syariah adalah untuk menciptakan kemaslahatan bagi manusia Sebagaimana dikatakan Al-Ghazali, kemaslahatan dapat terwujud jika lima unsur⁴⁸ yaitu:

- a. Memelihara atau menjaga agama (*Hifz ad-Din*). Memaksa berperang dan misi, ketika dihadapkan pada musuh atau untuk tujuan serupa.
- b. Memelihara atau menjaga jiwa (*Hifdz an-Nafs*), diwajibkan dalam hukum qishaash diantaranya adalah perlindungan harkat dan martabat manusia.

⁴⁶ M.E.I Dr. Ika Yunia Fauzia, Lc. and M.S.Sc. Dr. Abdul Kadir Riyadi, Lc., Prinsip Dasar Ekonomi Islam, 2014.

⁴⁷ Abdussalam and Abdullah Shodiq, "Maqashid As-Syariah Perspektif Imam Al-Ghazali; Studi Literasi Masalah Mursalah," *Moderasi : Journal of Islamic Studies* 2, no. 2 (2022): 139–59.

⁴⁸ Khodijah, "Maqashid Syari'ah Dan Masalah Dalam Ekonomi Dan Bisnis Syari'ah."

كُ

اَ
ذِ

⁴⁹ Paryadi, "Maqashid Syariah : Definisi Dan Pendapat Para Ulama," *Cross-Border*.

Terjemahnya:

*“Bacalah (Nabi Muhammad) Kitab (Al-Qur’an) yang telah diwahyukan kepadamu dan tegakkanlah shalat. Sesungguhnya shalat mencegah dari (perbuatan) keji dan munkar. Sungguh, mengingat Allah (shalat) itu lebih besar (keutamaannya daripada ibadah yang lain). Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”*⁵⁰

⁵⁰ Paryadi and Nashirul Haq, “Maqasid Al-Syariah Menurut Al-Ghazali Dan Ibnu Qoyyim Al-Jauziyah,” *Cross-Border*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan waktu

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Jl.W.R Supratman, Lawangirung, Kec.Wenang, Kota Manado, Sulawesi Utara dengan waktu pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan pada bulan Maret-April 2024.

B. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian deskriptif dan analisis, penelitian kualitatif deskriptif berarti menggambarkan peristiwa atau fenomena yang diteliti. Analisis berarti penafsiran dan perbandingan data penelitian. Penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian untuk memahami fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang komprehensif dan kompleks yang dapat direpresentasikan dengan kata-kata dan menyajikan pengetahuan rinci dari sumber informan dan dilakukan dalam lingkungan alami. Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar disekitar lingkungan yang bertujuan untuk menafsirkan suatu fenomena yang ada dan dilakukan dengan menggunakan berbagai metode yang tersedia. Selain itu, metode penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan tindakan yang dilakukan secara naratif dan dampaknya terhadap kehidupan mereka.⁵¹

C. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi tentang data, jenis data yang akan dikumpulkan oleh penulis dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yaitu:

a. Data Primer

Data Primer merupakan informasi yang diperoleh langsung dari subjek penelitian. Menurut Sugiyono, sumber data primer yakni

⁵¹ Muhammad Rijal Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *Humanika*.

sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Dalam hal ini, penelitian yang akan dilakukan memakai data primer diperoleh melalui data wawancara para informan.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono, data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Informasi yang diperoleh penulis nantinya bersumber pada artikel web, jurnal dan buku yang berkaitan dengan permasalahan judul penelitian.⁵²

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data sehingga dapat mempermudah pekerjaannya dan hasilnya lebih akurat, lengkap dan sistematis agar mudah dalam pengolahan data. Instrumen pertama yang akan diperlukan adalah peneliti bertujuan untuk menentukan topik penelitian berdasarkan subjektifnya, panduan wawancara yang berfungsi sebagai panduan yang berisi detail kegiatan yang akan dilakukan oleh peneliti, alat tulis yaitu berupa kertas, ballpoint yang berfungsi untuk peneliti mencatat hal penting selama pengamatan, telepon genggam berfungsi sebagai alat untuk merekam hasil wawancara contohnya rekaman suara.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data penulis akan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai metode pengumpulan data.

a. Observasi

Observasi adalah teknik mengumpulkan informasi melalui indra sehingga tidak hanya mengamati dengan mata saja. Observasi merupakan pengamatan atau teknik yang dilakukan melalui pengamatan yang cermat dan pencatatan yang sistematis, metode observasi yang digunakan dalam bentuk pengamatan atau

⁵² Nurjanah, "Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah," *Jurnal Mahasiswa* 1 (2021).

pengindraan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku.⁵³ Metode observasi merupakan kegiatan yang dilakukan manusia sehari-hari dengan menggunakan panca mata dan panca indera lainnya. Dalam penelitian kualitatif pengamat adalah salah satu kunci keberhasilan untuk mengumpulkan data jika pengamat teliti dalam melihat dan mendengar objek kajiannya lalu mengambil kesimpulan dari pengamatannya maka pengamat akan mendapatkan hasil yang memuaskan dari penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengamati secara langsung dengan mengamati bagaimana penerapan program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom witel Sulut Malut terhadap pemberdayaan masyarakat yang sudah dilaksanakan perusahaan tersebut.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses penting dalam melakukan penelitian, khususnya dalam penelitian kualitatif. Secara umum pewawancara harus berusaha menjalin kerjasama yang baik dengan subjek (informan). Penelitian yang didukung informan tergantung dari bagaimana peneliti melaksanakan tugasnya karena tujuan wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang dapat dijadikan data dan informasi tersebut diperlukan untuk membuat rancangan yang sebaik mungkin untuk mencapai tujuan penelitian.⁵⁴

Peneliti memilih teknik wawancara dalam penelitian ini, agar dapat mengetahui informasi yang lebih dari responden dalam mengamati situasi dan fenomena yang sedang diteliti, wawancara akan dilakukan selama peneliti mendapatkan opini yang sesuai maupun dilaksanakan secara langsung yaitu dengan bertemu dengan responden dan secara tidak langsung. Proses wawancara dapat memperoleh informasi yang mendetail agar bisa mempermudah

⁵³ Zhahara Yusra, Ruffan Zulkarnain, and Sofino Sofino, "Pengelolaan Lkp Pada Masa Pandemi Covid-19," *Journal Of Lifelong Learning*.

⁵⁴ Rosaliza Mita, "Wawancara Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif," *Jurnal Ilmu Budaya*, 2015.

peneliti menganalisa fenomena yang terjadi diperusahaan tersebut. Sehubungan ini peneliti akan mewawancarai staff yang terkait dengan pelaksanaan program CSR dan Masyarakat yang menerima program CSR yang telah dilaksanakan.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi mencari dan memperoleh informasi yang diperlukan melalui informasi yang ada. Dokumentasi yang digunakan sebanyak orang harus melengkapi data yang diperoleh dengan teknik wawancara dan observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Dokumentasi yang akan dilakukan pada penelitian ini dengan cara mengambil data sekunder yang sudah siap lalu menyimpan berbagai kegiatan penelitian yang berisi proses dan hasil penelitian⁵⁵. Selain itu, peneliti akan mengambil dokumentasi dalam bentuk foto dengan informan dan rekaman suara.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif memang lebih sulit dan peneliti harus menguasai teori agar tidak terjadi persepsi yang tidak subjektif. Oleh karena itu, analisis data dapat dilakukan dengan beberapa hal agar penelitian tersebut tidak terlalu melebar, seperti:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah kegiatan merangkum atau penyederhanaan informasi berdasarkan dengan hal yang penting untuk ditarik kesimpulan. Reduksi merupakan umpulan data yang sangat kompleks dan informasi yang tidak ada hubungannya dengan topik penelitian umum terjadi namun materinya tercampur dengan materi penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kumpulan data informasi terstruktur yang memberikan kemungkinan untuk menarik suatu kesimpulan. Langkah ini dicapai dengan menyajikan Kumpulan data yang tertata

⁵⁵ Yoki Apriyanti, Evi Lorita, and Yusuarsono Yusuarsono, "Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah," *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*.

sehingga dapat ditarik kesimpulan. Hal ini dikarenakan informasi yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya bersifat naratif sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

c. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan langkah terakhir untuk menganalisis data penelitian. Kesimpulan dapat diambil dengan membandingkan penerapan kesesuaian dari pernyataan objek yang diteliti dengan makna terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.⁵⁶

⁵⁶ Syafrida Sahir Hafni, *Metodologi Penelitian*, 2022.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Singkat PT. Telkom Witel Sulawesi Utara

PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%. sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”

Dalam Upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi, kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah sering dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Telkom mulai saat ini membagi bisnisnya menjadi 3 Digital Business Domain:

- a. Digitalisasi Connectivity: Fiber to the x (fttx), 5G, Software Defined Network Working (SDN)/Network Function Virtualization (NFV)/Satelite
- b. Digital Platform: Data Center, Cloud, Internet Of Things (IOY), Big Data/Artificial Intelligensi (AI), Cybersecurity
- c. Digital Service Enterprise, Consumer.

2. Sejarah Perusahaan

Dalam perjalanan sejarahnya, telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran telkon, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital. Pada

1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan pada 1856. Hadirnya telepon membuat Masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini, Kala itu, banyak perusahaan swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pernah pemain ini membuat industry telepon berkembang lebih cepat: pada 1892 telepon sudah digunakan secara interlocal dan tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

Pada tahun 1961, pemerintah Indonesia mendirikan perusahaan negara pos dan telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi. Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari Telkom.

3. Purpose Visi dan Misi PT. Telkom Witel Sulawesi Utara

Untuk menjawab tantangan industri digital mendukung digitisasi nasional dan untuk menginternalisasi agenda transformasi maka Telkom telah menajamkan kembali purpose, visi, dan misinya.

Core Value/Akhlak

Amanah	: Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.
Kompeten	: Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
Harmonis	: Saling peduli dan mnghargai perbedaan.
Loyal	: Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan negara.
Adaptif	: Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan Ataupun menghadapi perubahan.
Kolaboratif	: Membangun kerja sama yang sinergi

VISI:

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan Masyarakat

MISI:

- 1) Mempercepat Pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis dan dapat diakses oleh seluruh Masyarakat Indonesia.
- 2) Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- 3) Mengoketrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

4. Motto Perusahaan

Dalam menjalankan usahanya dibidang layanan jasa PT. Telkom Witel Sulut Malut memiliki motto perusahaan yaitu:

Dengan motto “Mewujudkan bangsa yang lebih Sejahtera dan budaya serta memberikan nilai tambah yang terbaik bagi para pemangku kepentingan.

5. Logo Perusahaan

Gambar 4.1. Logo Perusahaan PT. Telkom Indonesia
(<https://www.telkom.co.id/sites>)



Berikut penjelasan tentang filosofi warna PT. Telkom Indonesia, Tbk:

- 1) Merah - Berani, Cinta, Energi, Ulet.

Mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.

- 2) Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu.

Mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.

3) Hitam – Warna dasar

Melambangkan kemauan keras

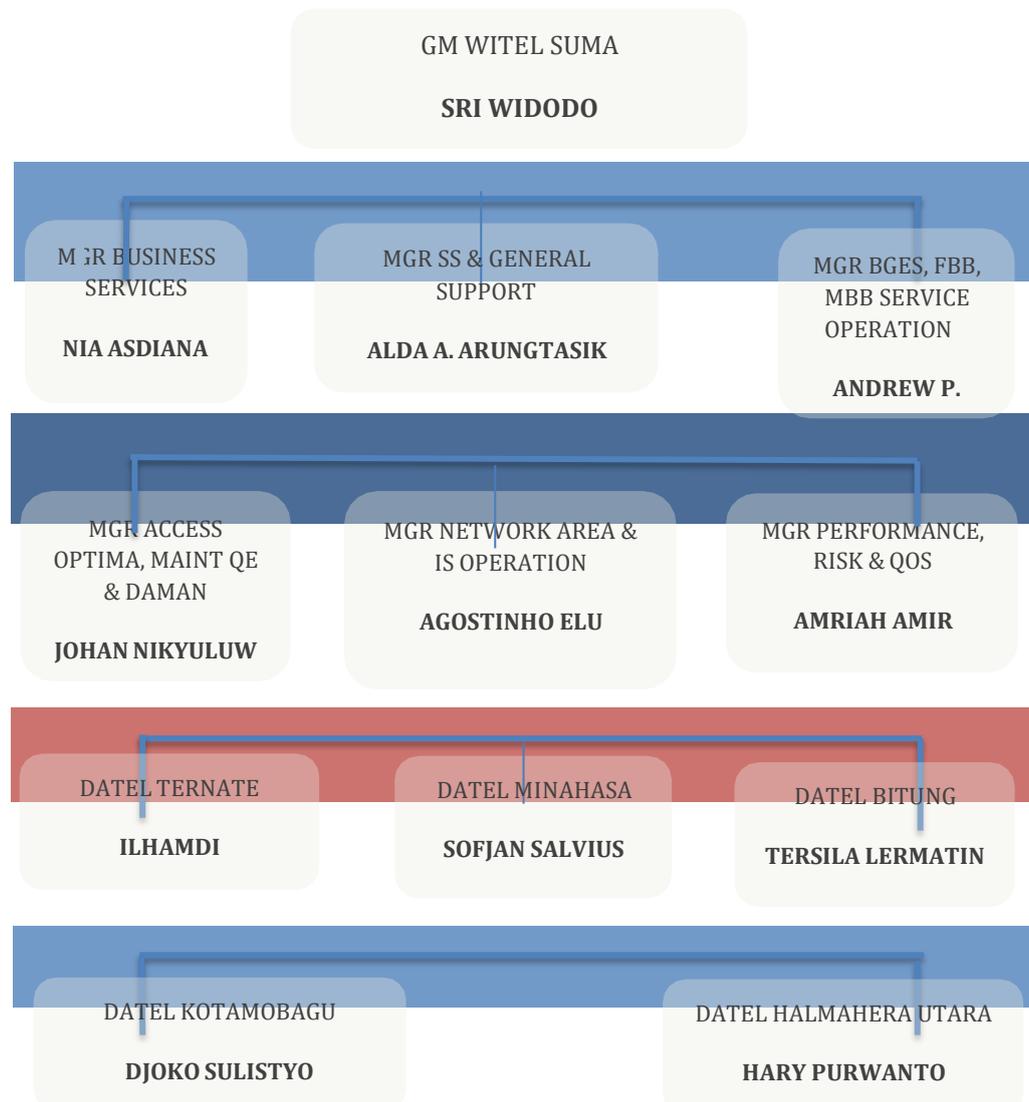
4) Abu – Warna Transisi

Melambangkan teknologi

Logo baru Telkom mencerminkan *Brand Positioning* “*Life Confident*” dimana keahlian dan dedikasi akan diberikan bagi semua pelanggan untuk mendukung kehidupan mereka dimanapun mereka berada. *Brand Positioning* ini didukung oleh “*Service Culture*” baru yaitu: expertise, empowering, Assured, Progressive and Heart. Sekilas logo bulat dengan siluet tangan terkesan simple. Simplikasi logo ini terdiri dari lingkaran merah keabu-abuan yang ada di depan tangan berwarna merah.

6. Struktur Organisasi PT. Telkom Witel Sulawesi Utara

Gambar 4.2. Struktur Perusahaan PT.Telkom Indonesia



a. Gambaran Organisasi PT. Telkom Witel Sulut Malut

Pembagian tanggung jawab masing-masing jabatan sebagai berikut:

1) General Manager (GM) PT. Telkom Witel Sulut Malut

a) *Mission Statement*

1. Memastikan efektivitas fungsi komando dalam menggerakkan, mengerahkan dan mengatur prioritas sumber daya serta koordinasi/supervise/pembinaan operasional untuk mengkondisikan tingkat *speed* dan produktivitas yang optimal dalam rangka pencapaian target program-program utama Telkom secara group di lingkup wilayahnya.
2. Memastikan efektivitas fungsi komando dalam menggerakkan, mengerahkan dan mengatur prioritas sumber daya (*acting as CEO* untuk fungsi eksekusi operasional Telkom Group di wilayahnya), serta koordinasi /supervise/pembinaan operasional untuk mengkondisikan tingkat *speed* dan produktivitas yang optimal dalam rangka pencapaian target program-program utama Telkom Group di lingkup wilayahnya.

b) *Job Responsibilities*

1. Menjabarkan strategi unit bisnis dan program strategis dan kontrak kinerja unit sebagai arah pencapaian kinerja pengelolaan Witel dengan menyusun program kerja beserta indikator-indikator kerjanya, mengalokasikan sumber daya, mendistribusikan pekerjaan kepada para anggota tim/staf secara proposional, memonitor dan mereview pencapaiannya secara periodik.

2) Manager Business Service PT. Telkom Witel Sulut Malut

a) *Job Responsibilities*

1. Memonitor eksekusi seluruh program bisnis agar tetap berada pada tingkat *speed* dan produktivitas yang memadai untuk merespon dinamika kompetisi.

2. Mengevaluasi prioritas eksekusi program-program yang terkait dengan fungsi *customer relationship Management* dari berbagai segmen *Business* agar dapat secara proposional disesuaikan dengan kondisi dan situasi kompetisi *Market*.
3. Melakukan eskplorasi produk-produk *Digital (Digital market exploration)* segmen *Business/SME*.
4. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi.
5. Membangun relasi dengan unit kerja lain dan Key Person (*eksternal/internal*) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan.
6. Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan, dengan mempelajari keahlian/pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja.

3) Manager BGES, FBB, MBB, Service Operation PT. Telkom Witel Sulut Malut:

a) Job Responsibilities

1. Mengelola assurance supervision pelanggan segmen *Enterprise, Government, dan Business/SME* juga MBB, FBB, untuk WSA mencakup supervise *access assurance* dan *access fault handling, infra & service surveillance* dan *wireless assurance*.
2. Mengelola supervise *fulfillment* pelanggan *Enterprise, Government, dan Business/SME* juga MBB, FBB, untuk VWSA mencakup supervise *infra fulfillment, access provisioning* dan *wireless fulfillment*.
3. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi.
4. Membangun relasi dengan unit kerja lain dan *key person* (*eksternal/internal*) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan.

5. Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan dengan mempelajari keahlian pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja.

4) Manager SS & general support PT. Telkom Witel Sulut Malut:

a) Job Responsibilities

1. Memonitor eksekusi program-program operasi support yang telah didelegasikan kepada Telkom Wilayah dari berbagai fungsi (*finance, payment & collection, human resource, asser management, TJSLS, security & safety, communication, dan IT support*) agar pelaksanaannya dapat secara efektif mendukung operasional Telkom wilayah dan sesuai kebijakan tata Kelola bidang terkait.
2. Memastikan tersedianya rencana pengelolaan *shared service & general support*.
3. Memastikan dilakukan evaluasi dan perbaikan pengelolaan fungsi *shared service & general support*.
4. Melaksanakan implementasi aktivitas-aktivitas budaya organisasi.
5. Membangun relasi dengan unit kerja lain dan key person (eksternal/internal) untuk mendukung penyelesaian pekerjaan.
6. Memastikan kompetensi yang dipersyaratkan bagi pekerjaan ditingkatkan dengan mempelajari keahlian/pengetahuan yang sesuai untuk menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan menciptakan inovasi kerja.

5) Manager Performance, Risk & QOS Telkon Witel Sulut Malut:

a) Job Profile

1. Mereview *business performance* dan menyelenggarakan fungsi *Performance Management* serta Menyusun business planning dan rencana kerja manajemen (RKM) dan program-program pengendalian kinerja termasuk

penyelenggaraan *review management* dan pengelolaan *operasional performance*.

2. Memastikan pengelolaan *business process* dan *risk management* dilakukan secara *prudent* sesuai dengan kebijakan manajemen risiko Perusahaan
3. Memastikan pertumbuhan *quality of sales* dan memonitor proses *revenue assurance* termasuk *Fraud management dan Risk management*.
4. Memastikan fungsi logistik mencakup proses *procurement*.

B. Hasil Penelitian

Seperti yang telah disampaikan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pemberdayaan masyarakat mengacu pada upaya suatu bisnis untuk memberikan kontribusi positif kepada Masyarakat sekitar melalui program dan inisiatif satu sama lain, Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup, menciptakan peluang dan mendukung keberlanjutan sosial. Mitra yang dibina juga merupakan bagian dari komunitas sehingga program kemitraan juga mengacu pada upaya perusahaan untuk membantu dan mendukung komunitas atau individu mitra dalam program sosial. Mitra binaan ini mencakup dengan usaha kecil, kelompok Masyarakat atau pun individu yang memiliki potensi namun membutuhkan bantuan untuk berkembang.

Pada bagian ini, peneliti sudah menganalisa penerapan CSR yang telah dilaksanakan oleh PT.Telkom Witel Sulawesi Utara, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah program berupa tanggung jawab perusahaan dalam bentuk memberdayakan Masyarakat.

Salah satu program yang dijalankan PT.Telkom Witel Sulawesi Utara adalah program kemitraan yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan kemampuan para UMKM. Dengan adanya program ini perusahaan berharap UMKM dapat terdorong dalam menjalani kegiatan dan pertumbuhan ekonomi selain itu agar terciptanya lapangan kerja serta kesempatan berusaha. Pelaksanaan Program kemitraan berpatokan kepada peraturan

kementrian BUMN tentang Program Kemitraan dan Keputusan direksi PT.Telkom tentang pengelolaan program Kemitraan.

Tabel 4.1. Daftar Nama Penerima Program Kemitraan

No	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan
1.	Calvin Leanardo Kauanang	Laki-laki	SME ranger Sulut Malut
2.	Syariffudin Haji Ali	Laki-laki	UMKM Jahitan
3.	Ratna Abdul Majid	Perempuan	UMKM Warung Makan
4.	Ismet Domili	Laki-laki	UMKM Bengkel

Data diolah oleh peneliti 2024

Berdasarkan hasil wawancara bersama mitra binaan PT.Telkom Witel Sulawesi Utara menunjukkan bahwa hasil olah data dari penerapan CSR terlaksanakan dengan baik melalui program pelatihan atau bantuan kepada mitra binaan yang efektif.

1. Hasil olah data pertanyaan wawancara kepada informan karyawan PT.Telkom Witel Sulawesi Utara.
 - a. Hasil olah data pertanyaan wawancara tentang apa program yang dilaksanakan oleh PT.Telkom Witel Sulut Malut?

Dalam penelitian ini, kami mengeksplorasi program kemitraan yang diadakan oleh PT.Telkom Witel Sulut Malut terhadap perkembangan Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Melalui analisis data dari wawancara, kami menerapkan reduksi data, *open coding*, *axial coding* dan *selective coding* untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul. Dari wawancara, ada tiga tema utama teridentifikasi: Program kemitraan, peningkatan kapasitas UMKM dan Pelatihan juga penyuluhan. Responden menyatakan bahwa program kemitraan yang diadakan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para UMKM dalam menghasilkan produk. Salah satu responden menjelaskan “Kami sering mengadakan bantuan program kemitraan dengan mitra binaan bertujuan untuk meningkatkan

kemampuan para UMKM”. Melalui *Axial Coding*, tema-tema ini dihubungkan dengan kategori yang lebih luas. Adapula kategori dukungan kepada UMKM yang mencakup Program kemitraan dan pelatihan juga penyuluhan. Program kemitraan ini memberikan kesempatan bagi UMKM dalam meningkatkan keterampilan dan kualitas produk serta melakukan pelatihan yang ditujukan untuk mengajarkan cara menggunakan aplikasi digital seperti aplikasi Indibiz Pay. Responden menekankan “Kami juga sering mengadakan pelatihan atau penyuluhan UMKM untuk mengajarkan UMKM menggunakan aplikasi Indibiz Pay”. Tema peningkatan kemampuan digital juga teridentifikasi sebagai dampak dari pelatihan ini.

Penggunaan aplikasi pembayaran digital menjadi penting dalam memudahkan transaksi antar mitra UMKM dengan pelanggannya yang merupakan pergeseran menuju digitalisasi pengelolaan usaha. Melalui penggunaan *Selective Coding*, tema utama yang muncul yakni pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi dan kemitraan. Dukungan yang diberikan melalui program kemitraan dan pelatihan tidak hanya meningkatkan kemampuan produksi UMKM tetapi juga mendorong mereka untuk mengadopsi teknologi digital yang relevan sangat penting dalam era bisnis saat ini.

Melalui pengolahan data tersebut dapat disimpulkan bahwa program kemitraan dan pelatihan yang dilakukan oleh PT.Telkom Witel Sulawesi Utara berperan sebagai mekanisme pemberdayaan penting bagi UMKM. Dengan meningkatkan kapasitas produksi dan mengajarkan cara menggunakan aplikasi digital, program ini membantu UMKM beradaptasi dengan permintaan pasar modern. Analisis yang dilakukan dengan reduksi data, *Axial Coding* dan *Selective Coding* memberikan wawasan lebih jauh mengenai dampak positif dukungan eksternal terhadap pertumbuhan UMKM.

- b. Hasil olah data pertanyaan wawancara tentang bagaimana penerapan program kemitraan *Corporate Social Responsibility* di PT.Telkom Witel Sulut Malut?

Dalam penelitian ini, kami meneliti program kemitraan yang diadakan oleh PT.Telkom Witel Sulawesi Utara untuk mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Melalui analisis data dari wawancara, kami menerapkan reduksi data, *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk menggali tema yang muncul.

Hasil reduksi data mengidentifikasi tiga tema utama a) bantuan pembiayaan, b) Proses pengajuan dan c) ketentuan program. Responden menyatakan bahwa program kemitraan menawarkan bantuan dalam bentuk pembiayaan modal usaha. Salah satu responden menjelaskan “Kalau program kemitraan kami hanya memberi bantuan berupa pembiayaan modal usaha kepada para mitra binaan UMKM.”

Melalui *Axial Coding*, tema-tema ini dihubungkan dalam kategori yang lebih luas. Kategori dukungan pembiayaan untuk UMKM muncul, mencakup bantuan modal dan proses administrasi. Responden menjelaskan bahwa UMKM yang memerlukan bantuan modal dapat mengajukan proposal terlebih dahulu yang kemudian akan diproses. Mereka menyatakan “Jika ada UMKM yang ingin bantuan modal, mereka dapat mengajukan pengajuan proposal. Dengan kriteria yang telah kami tentukan seperti memiliki usaha yang sudah berjalan minimal 2 tahun, memiliki rekening bank BNI/Mandiri, untuk pinjaman diatas 20 juta harus disertakan agunan berupa sertifikat tanah/rumah atau BPKP mobil, membuat proposal permohonan pinjaman, membuat laporan keuangan usaha dan memiliki ijin usaha antara lain SKU, NIB atau sejenisnya Kami akan apply dan membuatkan berita acara jika sudah sah.”

Di samping itu, tema ketentuan pembayaran juga teridentifikasi, di mana responden menambahkan “dalam program mitra binaan UMKM perlu membayar jasa administrasi sebesar 6% per 2 tahun.” Ini menunjukkan bahwa meskipun bantuan diberikan, ada biaya yang terkait yang harus diperhatikan oleh para mitra binaan.

Dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pemberian modal yang terstruktur untuk pemberdayaan UMKM. Dukungan dalam bentuk pembiayaan modal tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas usaha UMKM tetapi juga dilakukan melalui proses administrasi yang jelas dan transparan yang menciptakan rasa tanggung jawab di antara para mitra binaan.

Melalui pengolahan data ini, dapat disimpulkan bahwa program kemitraan PT. Telkom Witel Sulut Malut berfungsi sebagai mekanisme yang signifikan dalam memberikan dukungan finansial kepada UMKM. Dengan menawarkan pembiayaan modal melalui proses pengajuan yang terstruktur dan ketentuan yang jelas, program ini membantu UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Analisis melalui reduksi data, *Axial Coding*, dan *Selective Coding* memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dampak positif dari dukungan eksternal dalam pengembangan UMKM.

- c. Hasil olah data pertanyaan wawancara tentang Apakah perusahaan membantu meningkatkan pemberdayaan ekonomi usaha mitra binaan UMKM?

Dalam penelitian ini, kami menganalisis dampak program kemitraan yang diadakan PT. Telkom Witel Sulut Malut terhadap pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Melalui wawancara, kami melakukan reduksi data, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul. Hasil reduksi data mengidentifikasi dua tema utama a) perkembangan usaha UMKM dan b) dampak jasa administrasi. Responden mengungkapkan bahwa program kemitraan berkontribusi performa usaha UMKM. Salah satu responden menyatakan “Bisa jadi iya karena melihat perkembangan usaha tiap UMKM yang makin laris.”

Melalui *Axial Coding*, tema-tema ini dihubungkan dalam kategori yang lebih luas. Kategori dukungan terhadap UMKM muncul, mencakup subkategori peningkatan penjualan dan manfaat

biaya administrasi. Responden mengungkapkan bahwa peningkatan usaha yang dialami oleh UMKM dapat mengurangi beban biaya administrasi yang harus dibayar setiap tahunnya sehingga semakin memberdayakan mereka. Pernyataan ini mencerminkan hubungan positif antara pertumbuhan usaha dan tanggung jawab finansial yang lebih ringan.

Dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pemberdayaan melalui pertumbuhan usaha dan efisiensi biaya. Program kemitraan PT.Telkom tidak hanya berfokus pada pemberian modal tetapi juga memberikan dampak yang lebih luas dalam hal peningkatan kapasitas usaha. Ketika usaha UMKM berkembang dan penjualan meningkat, biaya administrasi yang dibayar akan menurun, menciptakan siklus positif yang mendukung keberlanjutan usaha.

Melalui pengolahan data ini dapat disimpulkan bahwa program kemitraan PT.Telkom Witel Sulut Maluku memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pemberdayaan UMKM. Dengan meningkatkan performa usaha dan mengurangi beban biaya administrasi, program ini berkontribusi pada keberlanjutan dan kemandirian usaha. Analisis melalui reduksi data, *Axial Coding* dan *Selective Coding* memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana dukungan eksternal dapat mendorong pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM.

- d. Hasil olah data pertanyaan wawancara tentang Apa dampak positif yang dirasakan perusahaan?

Dalam penelitian ini, kami mengeksplorasi dampak positif yang dirasakan oleh perusahaan. Melalui wawancara, kami melakukan reduksi data, *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul.

Hasil reduksi data mengidentifikasi dua tema utama: Tingkat kepercayaan masyarakat dan pelanggan setia. Responden menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap PT.Telkom Witel Sulut

Malut meningkat seiring dengan waktu. Salah satu responden mencatat “Dampak positif yang dirasakan mulai dari banyak Masyarakat yang lebih mempercayai Pt.Telkom Witel Sulut Malut.”

Melalui *Axial Coding*, tema-tema ini dihubungkan dalam kategori yang lebih luas. Kategori dukungan kepercayaan pelanggan muncul, mencakup subkategori peningkatan kepercayaan Masyarakat dan loyalitas pelanggan. Responden menjelaskan bahwa ketika Masyarakat merasa puas dengan layanan yang diberikan, mereka menjadi pelanggan setia yang menggunakan produk Telkom untuk jangka panjang. pernyataan ini terlihat dalam ungkapan, “Akhirnya mereka menjadi pelanggan Telkom seperti memakai produk Telkom dengan waktu yang panjang.”

Dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pemberdayaan perusahaan melalui kepercayaan dan loyalitas pelanggan, PT.Telkom Witel Sulut Malut berhasil menciptakan hubungan yang kuat dengan masyarakat yang tidak hanya mempercayai layanan yang diberikan tetapi juga berkomitmen untuk tetap menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan adalah fondasi yang penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

Melalui pengolahan data ini dapat disimpulkan bahwa PT.Telkom Witel Sulut Malut mengalami dampak positif yang signifikan dalam membangun kepercayaan Masyarakat. Peningkatan kepercayaan ini berujung pada loyalitas pelanggan yang kuat, yang sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan. Analisis melalui reduksi data, *Axial Coding*, dan *Selective Coding* memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana hubungan positif antara perusahaan dan Masyarakat dapat menciptakan dampak yang berkelanjutan.

- e. Hasil olah data pertanyaan wawancara tentang Apakah PT.Telkom Witel Sulut Malut menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan adil, transparan dan bertanggung jawab?

Dalam penelitian ini, kami mengeksplorasi persepsi mengenai keadilan dan transparansi dalam program bantuan yang diberikan PT.Telkom Witel Sulut Malut kepada mitra binaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Melalui wawancara, kami melakukan reduksi data, *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk mengidentifikasi tema yang muncul. Hasil reduksi data mengidentifikasi dua tema utama: keadilan dalam bantuan dan transparansi. Responden menegaskan bahwa PT.Telkom Witel Sulut Malut berusaha untuk memberikan bantuan sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM. Salah satu responden menyatakan, “PT.Telkom Witel Sulut Malut sudah berusaha adil karena perusahaan akan memberi bantuan biaya sesuai dengan mereka butuhkan atau yang tertera di pengajuan proposal.”

Melalui *Axial Coding*, tema-tema ini dihubungkan dalam kategori yang lebih luas. Kategori prinsip keadilan dan transparansi dalam program bantuan muncul mencakup bantuan sesuai kebutuhan dan proses pencairan modal. Responden menjelaskan bahwa pencairan modal dilakukan secara langsung dari pusat ke rekening UMKM tanpa perantara yang menciptakan rasa aman dan tanggung jawab. Ia menyatakan, “Kalo transparan tentu saja iya karena itu kami mencairkan modalnya langsung melalui dari pusat ke rekening mereka tanpa melalui orang kedua atau ketiga.”

Dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pemberdayaan UMKM. Melalui keadilan dan transparansi PT.Telkom Witel Sulut Malut yang menunjukkan komitmen terhadap keadilan dengan memberikan bantuan yang relevan bagi masing-masing UMKM dan memastikan proses yang transparan dalam pencairan dana. Hal ini menciptakan kepercayaan di antara mitra binaan, yang penting untuk keberlangsungan program.

Melalui pengolahan data ini dapat disimpulkan bahwa PT.Telkom Witel Sulut Malut telah berhasil dalam menerapkan prinsip keadilan dan transparansi dalam program bantuannya untuk

UMKM. Dengan memberikan bantuan yang sesuai dengan kebutuhan dan memastikan proses pencairan yang langsung, perusahaan ini telah membangun hubungan yang kuat dengan mitra binaan. Analisis melalui reduksi data, *Axial Coding*, dan *Selective Coding* memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana praktik keadilan dan transparansi dapat memperkuat pemberdayaan UMKM.

2. Hasil olah data pertanyaan wawancara kepada informan yang menerima program kemitraan *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulut Malut.
 - a. Hasil olah data pertanyaan wawancara kepada tiga informan yang menerima program kemitraan *Corporate Social Responsibility* tentang Bagaimana anda menilai keterlibatan PT.Telkom Witel Sulut Malut dalam pemberdayaan Masyarakat?

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pemilik usaha kecil menengah yang menerima dukungan dari program PT.Telkom Witel Sulut Malut. Data yang dikumpulkan melalui wawancara kemudian direduksi untuk menyortir tema-tema kunci yang selanjutnya dianalisis menggunakan *Axial Coding* untuk menggali hubungan antara kategori-kategori yang muncul, Melalui reduksi data, tiga tema utama diidentifikasi:

- 1) Keuntungan program perusahaan,
- 2) Bantuan yang diterima,
- 3) Pengembangan Usaha.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan keuntungan signifikan dari program yang diberikan termasuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola usaha mereka. Selain itu, hampir semua responden bermanfaat, tidak hanya untuk diri mereka sendiri tetapi juga untuk membantu orang lain di komunitas. Setelah reduksi data, analisis *Axial Coding* dilakukan untuk menghubungkan tema-tema tersebut. Pertama, tema dukungan dari perusahaan mencakup dua kategori:

- 1) Program perusahaan
- 2) Bantuan yang diterima.

Program yang ditawarkan oleh PT.Telkom Witel Sulut Malut terbukti berperan sebagai sumber data penting yang meningkatkan kapasitas individu. Bantuan yang diterima, dalam bentuk pelatihan dan dukungan finansial, tidak hanya mendorong individu untuk meningkatkan usaha tetapi juga menciptakan rasa percaya diri yang lebih besar. Selanjutnya, tema dampak sosial ditemukan melalui subkategori pemberdayaan diri dan keterlibatan Masyarakat. Responden menyatakan bahwa bantuan yang diterima membuat mereka merasa lebih berdaya untuk berkontribusi pada Masyarakat. Mereka menyatakan bahwa keinginan untuk membantu orang lain, menciptakan jaringan sosial yang lebih kuat dan memperkuat ikatan dalam komunitas. Terakhir, tema pertumbuhan usaha terkait dengan penciptaan lapangan kerja. Responden mengatakan bahwa dukungan dari perusahaan memungkinkan mereka untuk mengembangkan usaha mereka secara signifikan bahkan hingga mampu mempekerjakan karyawan baru. Ini menunjukkan hubungan langsung antar dukungan yang diterima dan peningkatan kapasitas usaha yang berdampak pada ekonomi lokal.

Dengan menghubungkan reduksi data dan *Axial Coding*, penelitian ini menyoroti bahwa dukungan dari PT.Telkom Witel Sulut Malut berperan penting dalam meningkatkan keberhailan individu, memberdayakan Masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Program-program ini tidak hanya memberikan keuntungan pribadi tetapi juga menciptakan dampak sosial yang lebih luas, menunjukkan pentingnya dukungan eksternal dalam pengembangan usaha kecil.

- b. Hasil olah data pertanyaan wawancara kepada tiga informan yang menerima program kemitraan *Corporate Social Responsibility* tentang Apa dampak positif yang anda rasakan dari program *Corporate Social Responsibility*?

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha yang menerima dukungan dari PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara. Melalui analisis data yang diperoleh, kami melakukan reduksi data, *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul. Hasil reduksi data menunjukkan tiga tema utama dari wawancara:

- 1) Keuntungan program perusahaan, manfaat bantuan,
- 2) Pengembangan usaha.

Para responden secara konsisten menyatakan bahwa program yang diberikan PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara membawa keuntungan signifikan bagi usaha mereka. Salah satu responden menyatakan “Saya merasa dapat banyak keuntungan karena program yang diberikan oleh perusahaan PT.Telkom.

Melalui *Axial Coding*, tema-tema tersebut dihubungkan dengan kategori yang lebih luas. Pertama, tema dukungan dari perusahaan muncul sebagai kategori utama yang mencakup subkategori program perusahaan dan bantuan yang mereka terima sangat bermanfaat yang terungkap dalam pernyataan, “Bantuan yang dikasih sangat bermanfaat karena saya juga dapat membantu orang lain.” Selanjutnya, tema dampak sosial teridentifikasi, dimana responden merasa termotivasi untuk berkontribusi Kembali kepada komunitas. Ini menunjukkan adanya dimensi pemberdayaan diri yang mengarah pada keterlibatan sosial yang lebih besar.

Akhirnya, tema pertumbuhan usaha muncul sebagai dampak langsung dari dukungan yang diberikan. Responden menyatakan bahwa usaha mereka telah berkembang secara signifikan bahkan hingga dapat mempekerjakan orang lain seperti yang dinyatakan oleh salah satu informan, “Sekarang usaha saya sudah berkembang sampai bisa mempekerjakan orang lain untuk membantu saya dalam usaha ini.” Selanjutnya dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pemberdayaan melalui dukungan perusahaan. Dukungan yang diberikan oleh PT.Telkom Witel Sulut Maluku tidak

hanya menciptakan keuntungan individu tetapi juga memberikan dampak positif lebih luas terhadap Masyarakat.

Melalui pengolahan data ini dapat disimpulkan bahwa dukungan perusahaan berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan yang efektif bagi pemilik usaha. Dukungan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha individu namun dapat juga mendorong mereka untuk berkontribusi kepada Masyarakat. Dengan memahami hubungan antara reduksi data, *Axial Coding* dan *Selective Coding*, kita dapat melihat betapa pentingnya dukungan eksternal dalam menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

- c. Hasil olah data pertanyaan wawancara kepada tiga informan yang menerima program kemitraan tentang Apa bentuk kontribusi PT.Telkom Witel Sulut Malut kepada anda

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha yang mendapatkan dukungan dari PT.Telkom Witel Sulut Malut. Melalui analisis data, kami melakukan reduksi data, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk mengidentifikasi tema dan pola yang muncul dari wawancara.

Hasil reduksi data mengidentifikasi tiga tema utama: Kontribusi program perusahaan, bantuan alat dan bahan dan pembiayaan modal usaha. Responden menyatakan bahwa PT.Telkom Witel Sulut Malut memiliki peran penting dalam perkembangan usaha mereka. Salah satu responden mengungkapkan, "Telkom banyak berkontribusi atas perkembangan usaha saya, dapat dilihat dari bengkel saya yang lumayan lengkap.

Melalui *Axial Coding*, tema-tema tersebut dihubungkan dalam kategori yang lebih luas. Pertama, tema dukungan dari perusahaan muncul sebagai kategori utama, mencakup subkategori kontribusi program dan bantuan alat dan bahan. Responden mengungkapkan bahwa bantuan yang diberikan seperti alat jahitan dan bahan baku, sangat membantu dalam meningkatkan kapasitas usaha mereka. Salah satu Responden menyatakan bahwa, "Saya waktu itu diberikan alat-

alat jahitan lalu ada juga diberikan bantuan bahan baku.” Selanjutnya, tema pembiayaan modal usaha teridentifikasi sebagai dampak langsung dari dukungan tersebut. Responden menyatakan “Saya mendapatkan bantuan dalam bentuk pembiayaan modal usaha.” Hal ini menunjukkan bahwa proses pengajuan proposal untuk mendapatkan modal sangat krusial dalam mengatur penggunaan dana yang diperoleh.

Dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pemberdayaan melalui dukungan PT.Telkom Witel Sulut Malut. Dukungan yang diberikan oleh PT.Telkom Witel Sulut Malut tidak hanya berfokus pada penyediaan sumber daya tetapi juga pada pembiayaan yang memungkinkan pemilik usaha untuk mengatur dan mengembangkan usaha mereka secara mandiri.

Melalui pengolahan data ini, dapat disimpulkan bahwa dukungan PT.Telkom Witel Sulut Malut berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan yang signifikan bagi pemilik usaha. Kontribusi yang diberikan dalam bentuk alat, bahan dan pembiayaan modal membantu meningkatkan kapasitas dan kemandirian usaha. Dengan memahami hubungan antara reduksi data, *Axial Coding*, dan *Selective Coding*, kita dapat melihat pentingnya dukungan eksternal dalam menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi individu dan usaha kecil.

- d. Hasil olah data pertanyaan wawancara kepada tiga informan yang menerima program kemitraan tentang Menurut anda apa program kemitraan *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulut Malut dapat membantu perkembangan usaha UMKM?

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dukungan PT.Telkom Witel Sulut Malut terhadap perkembangan usaha kecil. Melalui wawancara dengan pemilik usaha yang telah menerima dukungan, data dianalisis menggunakan reduksi data, *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding* untuk mengidentifikasi tema yang muncul.

Hasil reduksi data menunjukkan tiga tema utama yang muncul: Dukungan alat dan sumber daya, pertumbuhan pelanggan dan perkembangan usaha. Para responden menekankan bahwa dukungan dari PT.Telkom Witel Sulut Malut sangat signifikan dalam mengubah usaha mereka. Salah satu responden menyatakan, “Menurut saya, Telkom sangat membantu dalam usaha saya. Biaya yang mereka berikan membuat saya dapat membeli alat bengkel dan sudah lumayan lengkap sekarang.”

Melalui *Axial Coding*, tema-tema tersebut dihubungkan dalam kategori yang lebih luas. Pertama, kategori dukungan dari perusahaan muncul, mencakup subkategori penyediaan alat dan sumber daya. Responden mengungkapkan bahwa bantuan dalam bentuk alat dan modal sangat membantu usaha mereka berkembang. Seorang responden dalam jasa jahit mengatakan, “Dulu warung saya masih kecil, orang-orang yang datang makan disini masih sedikit tapi Alhamdulillah sekarang lumayan banyak yang datang.” Ini menunjukkan dampak langsung dari dukungan yang diterima yang berkontribusi pada peningkatan popularitas usaha.

Dengan menggunakan *Selective Coding*, tema utama yang muncul adalah pembedayaan melalui dukungan PT.Telkom Witel Sulut Malut. Dukungan yang diberikan tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis pemilik usaha melalui penyediaan alat tetapi juga mendorong pertumbuhan pelanggan yang pada gilirannya memperkuat posisi ekonomi mereka. Melalui pengolahan data ini, dapat disimpulkan bahwa dukungan dari PT.Telkom Witel Sulut Malut berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan yang signifikan bagi pemilik usaha kecil. Dengan menyediakan alat dan sumber daya serta memfasilitasi pertumbuhan pelanggan, program ini membantu pemilik usaha untuk mengembangkan bisnis mereka secara mandiri. Penggunaan analisis reduksi data, *Axial Coding*, dan *Selective Coding* memungkinkan pemahaman yang lebih dalam mengenai dampak positif dukungan eksternal dalam pengembangan usaha.

Hasil wawancara dengan para responden yang terlibat dalam program PT.Telkom Witel Sulut Malut menunjukkan adanya berbagai dampak positif yang signifikan. Para responden secara konsisten menyampaikan keuntungan, baik secara finansial maupun non-finansial, berkat dukungan yang diberikan. Program ini tidak hanya menyediakan sumber daya tetapi juga memabangun rasa percaya diri yang kuat di antara para pemilik usaha.

Selain itu, responden juga menekankan bahwa bantuan yang diterima sangat bermanfaat. Mereka mengakui bahwa dukungan tersebut memungkinkan mereka untuk tidak hanya memperbaiki usaha mereka sendiri tetapi juga memberi kesempatan untuk membantu orang lain. Ini menunjukkan adanya dimensi pemberdayaan sosial dimana individu merasa termotivasi untuk berkontribusi pada Masyarakat sekitar, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan.

Dalam hal pengembangan usaha, responden mencatat bahwa usaha mereka telah berkembang pesat berkat dukungan yang diberikan. Banyak di antara mereka yang kini mampu mempekerjakan orang lain yang menunjukkan dampak yang lebih luas dari program tersebut. Hal ini menciptakan pertumbuhan ekonomi pribadi yang tidak hanya menguntungkan individu tetapi juga memberikan manfaat bagi komunitas dengan menciptakan lapangan kerja. Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menegaskan bahwa program PT.Telkom Witel Sulut Malut tidak hanya berfokus pada keuntungan individu tetapi juga berkontribusi pada pemberdayaan sosial dan pertumbuhan ekonomi lokal. Dukungan yang diberikan tidak hanya mendorong keberhasilan usaha tetapi juga memperkuat keterikatan sosial di antara para responden dan komunitas mereka.

C. Pembahasan

1. Program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi utara

a. Program kemitraan

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Tindakan ini didasarkan oleh tiga prinsip, yang dimaksud dengan *Triple Bottom Line* adalah profit, *people* dan *planet*. Tidak hanya berfokus untuk profit atau laba tetapi perusahaan juga harus memperhatikan keadaan masyarakat (*people*) dan Lingkungan (*planet*) karena keuangan saja tak cukup menjamin dengan keberlanjutan perusahaan. Dalam pasal 1 angka 3 Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 telah dijelaskan tentang Perseroan Terbatas (PT) menegaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan perseroan mempunyai tujuan untuk berperan ikut serta dalam Pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun Masyarakat umumnya.⁵⁷

Banyak perusahaan yang melakukan program *Corporate Social Responsibility* yang diwujudkan sedemikian rupa dan tidak hanya dalam bentuk sumbangan materi namun juga pemberdayaan masyarakat agar mampu untuk menopang dirinya sendiri dan mengembangkan keterampilan dan keahliannya. Ia memiliki berbagai jenis program CSR khusus komunitas yang membantu menciptakan kehidupan masyarakat sejahtera dan mengurangi kemiskinan.⁵⁸

Teori *Triple Bottom Line* (TBL) mengacu pada tiga aspek utama dalam penilaian keberlanjutan: *People* (Sosial), *Planet* (Lingkungan),

⁵⁷ H T Tandungan, Y L Ta'dung, and Dina Ramba "Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Malea Di Tana Toraja," *Jurnal Riset Ekonomi* (2023): 170–81.

⁵⁸ Saparuddin Siregar dan Isnaini Harahap Aminah lubis, "Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada PT.Perkebunan Nusantara IV Sosa Ditinjau Dari Perspektif Islam," *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 1, no. 1 (2017): 1–8.

dan *Profit* (Ekonomi). Program kemitraan yang dilakukan oleh PT. Telkom Witel Sulawesi Utara terhadap UMKM dapat dianalisis dari ketiga aspek tersebut.

1) *People* (Sosial)

Program kemitraan secara langsung berkontribusi pada peningkatan kapasitas sosial para pelaku UMKM. Dengan menyelenggarakan pelatihan dan penyuluhan, PT. Telkom Witel Sulawesi Utara tidak hanya membantu meningkatkan keterampilan teknis mereka, tetapi juga memberdayakan komunitas lokal. Responden dalam penelitian menyatakan bahwa program kemitraan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghasilkan produk. Ini menunjukkan bahwa ada fokus pada pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kualitas hidup.

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam konteks penelitian ini merujuk pada upaya untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan para pelaku UMKM melalui pelatihan dan penyuluhan. Dengan memberikan pelatihan teknis, PT. Telkom Witel Sulawesi Utara berkontribusi pada peningkatan kompetensi individu, sehingga mereka dapat lebih efektif dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini tidak hanya membantu mereka dalam menghasilkan produk yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Peningkatan kualitas hidup, di sisi lain, berkaitan dengan dampak positif dari pengembangan SDM terhadap kehidupan sehari-hari individu dan komunitas. Dengan meningkatkan keterampilan dan kemampuan, pelaku UMKM dapat meningkatkan pendapatan mereka, yang pada gilirannya dapat memberikan akses lebih baik terhadap pendidikan, kesehatan, dan layanan lainnya. Peningkatan kualitas hidup menciptakan efek domino yang berdampak pada kesejahteraan komunitas secara keseluruhan, seperti meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan di sekitarnya.

Selain itu, interaksi antara PT. Telkom Witel Sulawesi Utara dan UMKM juga membangun jaringan sosial yang lebih kuat di antara para pelaku usaha, yang penting untuk kolaborasi dan pertumbuhan ekonomi lokal. Membangun jaringan sosial yang lebih kuat di antara para pelaku usaha berarti menciptakan hubungan yang lebih erat dan saling mendukung antara UMKM. Interaksi antara PT. Telkom Witel Sulawesi Utara dan UMKM tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga menciptakan platform bagi para pelaku usaha untuk saling bertukar pengalaman, ide, dan sumber daya. Jaringan sosial yang kuat memungkinkan UMKM untuk:

- a) Kolaborasi: Pelaku usaha dapat bekerja sama dalam proyek atau usaha baru, memanfaatkan keahlian masing-masing untuk menciptakan produk atau layanan yang lebih baik.
- b) Pertukaran Informasi: Mereka dapat berbagi informasi mengenai tren pasar, peluang bisnis, atau tantangan yang dihadapi, sehingga lebih siap menghadapi dinamika pasar.
- c) Dukungan Emosional dan Moral: Jaringan ini juga memberikan dukungan sosial, di mana para pelaku usaha dapat saling memberikan motivasi dan solusi atas masalah yang dihadapi.
- d) Akses ke Sumber Daya: Dengan terhubung, UMKM bisa lebih mudah mengakses sumber daya, baik itu modal, teknologi, maupun pasar.

Dengan demikian, membangun jaringan sosial yang kuat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal karena menciptakan ekosistem yang saling mendukung, di mana UMKM dapat berinovasi dan berkembang bersama.

2) *Planet* (Lingkungan)

Dalam konteks program kemitraan ini, meskipun fokus utama adalah pada pemberdayaan UMKM dan adopsi teknologi digital, potensi dampak lingkungan tidak dapat diabaikan. Dengan meningkatkan efisiensi operasional UMKM melalui pelatihan digital, mungkin ada pengurangan penggunaan sumber daya yang berlebihan

dan dampak negatif terhadap lingkungan. Misalnya, penggunaan aplikasi digital seperti Indibiz Pay dapat mengurangi kebutuhan akan transaksi tunai yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan lingkungan.

Program yang berorientasi pada digitalisasi dapat membuka peluang untuk pengembangan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan, seperti pengurangan limbah dan efisiensi energi dalam proses produksi.

Berorientasi pada digitalisasi berarti mengintegrasikan teknologi digital dalam praktik bisnis sehari-hari. Dalam konteks program kemitraan ini, digitalisasi menawarkan berbagai peluang untuk mengembangkan praktik bisnis yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Berikut adalah beberapa cara di mana digitalisasi dapat membuka peluang tersebut:

a) Pengurangan Limbah

Dengan menggunakan alat digital untuk pemantauan dan manajemen inventaris, UMKM dapat mengurangi kelebihan produksi dan membatasi pemborosan. Misalnya, aplikasi yang memantau permintaan pelanggan dapat membantu usaha dalam merencanakan produksi dengan lebih tepat.

b) Efisiensi Energi

Teknologi digital memungkinkan UMKM untuk memantau penggunaan energi dalam proses produksi secara real-time. Dengan data yang diperoleh, mereka bisa mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk mengurangi konsumsi energi.

c) Penggunaan Sumber Daya yang Lebih Efisien

Digitalisasi dapat membantu dalam merancang proses yang lebih efisien, meminimalkan penggunaan bahan baku, dan memperbaiki metode produksi, sehingga mengurangi dampak lingkungan.

d) Transaksi yang Lebih Ramah Lingkungan

Dengan mengadopsi sistem pembayaran digital seperti Indibiz Pay, UMKM dapat mengurangi penggunaan uang tunai, yang

berpotensi mengurangi kebutuhan akan pencetakan uang dan dampak lingkungan terkait.

e) Akses ke Informasi dan Pembelajaran

Digitalisasi mempermudah akses terhadap informasi dan praktik terbaik dalam bisnis berkelanjutan, sehingga UMKM dapat belajar dan mengadopsi teknik yang lebih ramah lingkungan.

f) Kolaborasi dan Inovasi

Platform digital dapat menghubungkan UMKM dengan pemangku kepentingan lainnya, seperti penyedia teknologi dan konsultan lingkungan, untuk berbagi pengetahuan dan menciptakan solusi inovatif.

Dengan demikian, orientasi pada digitalisasi tidak hanya membantu UMKM dalam aspek operasional, tetapi juga membuka jalan bagi praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

3) *Profit* (Ekonomi)

Program kemitraan ini jelas memiliki tujuan untuk meningkatkan kinerja ekonomi UMKM. Dengan menyediakan pelatihan dan dukungan untuk penggunaan teknologi digital, PT. Telkom berkontribusi pada peningkatan daya saing dan produktivitas UMKM. Sebagaimana diungkapkan oleh responden, adanya dukungan dalam bentuk pembiayaan modal yang terstruktur dan proses administrasi yang transparan, tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha tetapi juga menciptakan rasa tanggung jawab di antara mitra binaan.

Adopsi teknologi digital memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional, yang pada gilirannya berdampak positif pada pendapatan dan profitabilitas mereka.

Melalui analisis berdasarkan teori Triple Bottom Line, program kemitraan PT. Telkom Witel Sulut Maluku menunjukkan dampak yang positif tidak hanya dari segi ekonomi, tetapi juga dalam aspek sosial dan lingkungan. Dengan memberdayakan UMKM melalui pelatihan

dan dukungan teknologi, program ini berperan penting dalam menciptakan keseimbangan yang berkelanjutan antara pencapaian ekonomi, pengembangan sosial, dan tanggung jawab lingkungan. Ini adalah langkah strategis dalam mendorong keberlanjutan dalam konteks perkembangan UMKM di era digital.

b. Peningkatan kapasitas UMKM

Peningkatan kapasitas UMKM melalui program kemitraan PT. Telkom Witel Sulut Malut dapat dianalisis dari Teori Triple Bottom Line mencakup tiga dimensi utama: *People* (Sosial), *Planet* (Lingkungan), dan *Profit* (Ekonomi). Adapun uraian ketiga aspek tersebut:

1) *People* (Sosial)

Peningkatan kapasitas UMKM berdampak signifikan pada aspek sosial, yaitu:

a) Pemberdayaan Sumber Daya Manusia

Program pelatihan yang disediakan oleh PT. Telkom tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM, tetapi juga membangun kepercayaan diri dan kemampuan manajerial. Ini membantu menciptakan komunitas yang lebih mandiri dan berdaya.

b) Peningkatan Kualitas Hidup

Kemampuan yang lebih baik, UMKM dapat menghasilkan produk berkualitas, yang berpotensi meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup para pengusaha serta komunitas sekitar.

c) Jaringan Sosial

Melalui kemitraan dan pelatihan, UMKM dapat membangun hubungan yang lebih baik dengan mitra bisnis, pelanggan, dan stakeholder lain, yang berkontribusi pada penguatan jaringan sosial.

2) *Planet* (Lingkungan)

Meskipun fokus utama adalah pada peningkatan kapasitas, ada juga implikasi terhadap lingkungan:

a) Efisiensi Sumber Daya

Peningkatan kapasitas melalui teknologi digital dapat membantu UMKM dalam mengelola sumber daya dengan lebih efisien, mengurangi limbah dan dampak lingkungan dari proses produksi.

b) Praktik Bisnis Berkelanjutan

Pengetahuan tentang penggunaan teknologi, UMKM dapat mengadopsi praktik yang lebih ramah lingkungan, seperti pengurangan penggunaan kertas dan adopsi energi terbarukan.

3) *Profit* (Ekonomi)

Dari segi ekonomi, peningkatan kapasitas UMKM memberikan keuntungan yang signifikan:

- a) Peningkatan Daya Saing: Pelatihan dalam penggunaan aplikasi digital, seperti Indibiz Pay, memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan pasar modern, meningkatkan daya saing mereka dalam industri yang semakin kompetitif.
- b) Peningkatan Pendapatan: Dengan kemampuan yang lebih baik untuk menghasilkan produk berkualitas dan bertransaksi secara efisien, UMKM dapat meningkatkan volume penjualan dan, pada gilirannya, pendapatan mereka.
- c) Pembangunan Ekonomi Lokal: Ketika UMKM berkembang, mereka menciptakan lapangan kerja baru dan berkontribusi pada perekonomian lokal, yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih luas.

Peningkatan kapasitas UMKM melalui program kemitraan PT. Telkom Witel Sulut Malut menunjukkan keterkaitan yang kuat dengan teori Triple Bottom Line. Dari perspektif sosial, program ini memberdayakan individu dan komunitas. Dari sisi lingkungan, ada potensi untuk praktik yang lebih berkelanjutan. Secara

ekonomi, peningkatan kapasitas berkontribusi pada daya saing dan pendapatan UMKM. Dengan demikian, pendekatan holistik ini mendukung keberlanjutan yang seimbang di semua dimensi TBL.

c. Pelatihan dan penyuluhan

Dalam konteks *Triple Bottom Line* (TBL), yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, pelatihan dan penyuluhan memiliki peran yang signifikan dalam memberdayakan UMKM secara holistik. Berikut adalah uraian mengenai bagaimana pelatihan dan penyuluhan berkontribusi pada ketiga aspek TBL:

- 1) Aspek Ekonomi meliputi peningkatan keterampilan yaitu pelatihan memberikan UMKM keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, yang dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan. Inovasi dan Adaptasi yaitu penyuluhan tentang teknologi baru membantu UMKM beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing mereka, menciptakan peluang bisnis baru.
- 2) Aspek Sosial meliputi pemberdayaan komunitas dimana pelatihan meningkatkan kapasitas individu dan kelompok dalam komunitas, mendorong mereka untuk berpartisipasi lebih aktif dalam perekonomian lokal. Jaringan social upaya penyuluhan yang mendorong interaksi dan kolaborasi antara pelaku usaha, membangun jaringan sosial yang kuat yang dapat mendukung pengembangan bisnis dan solidaritas di antara anggota komunitas.
- 3) Aspek lingkungan meliputi kesadaran lingkungan digunakan untuk memberikan pemahaman dalam pelatihan mencakup materi tentang praktik bisnis berkelanjutan dan ramah lingkungan, yang membantu UMKM memahami dampak operasional mereka terhadap lingkungan. Implementasi praktik berkelanjutan yaitu penyuluhan tentang teknologi digital dan efisiensi sumber daya dapat membantu UMKM

mengurangi limbah dan penggunaan energi, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

Dengan demikian, pelatihan dan penyuluhan tidak hanya fokus pada aspek teknis, tetapi juga menciptakan dampak yang luas di ketiga pilar TBL. Mereka membantu UMKM untuk tumbuh secara ekonomi, memperkuat komunitas, dan menjaga lingkungan, sehingga menciptakan keseimbangan yang diperlukan untuk keberlanjutan jangka panjang.

2. Program *Corporate Social Responsibility* PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku utara perspektif maqashid Syariah

Pembahasan penerapan CSR PT Telkom Witel Sulut terhadap mitra binaan UMKM dalam perspektif maqashid syariah melibatkan lima prinsip pemeliharaan utama, yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara pikiran, memelihara harta, dan memelihara keturunan. Berdasarkan Hasil Penelitian Program CSR yang dilakukan telah memenuhi beberapa aspek pemeliharaan dalam *Maqashid Syariah*, sebagai berikut:

1. Memelihara akal (*Hifdz al-'Aql*): Program pelatihan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM. Pengembangan ini penting dalam memberdayakan UMKM untuk menghadapi tantangan bisnis dengan berpikir kritis dan inovatif. PT Telkom melalui program CSR membantu mereka dalam meningkatkan kapasitas intelektual dan manajerial, yang sangat diperlukan dalam mengelola usaha.
2. Memelihara harta (*Hifdz al-Mal*): Program CSR PT Telkom Witel Sulut memberikan dukungan berupa pembiayaan modal yang memungkinkan UMKM mengembangkan aset dan menjaga kekayaan mereka. Transparansi dalam proses administrasi, termasuk pencairan dana, menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjaga amanah dan keadilan dalam pengelolaan dana, yang sejalan dengan prinsip maqashid syariah dalam melindungi harta.

3. Memelihara keturunan (*Hifdz al-Nasl*): Program CSR ini memperkuat ekonomi UMKM, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap keluarga mereka. Stabilitas ekonomi yang diberikan memungkinkan pelaku UMKM untuk memberikan pendidikan dan kesehatan yang lebih baik bagi anak-anak mereka, yang pada gilirannya menciptakan generasi yang lebih sejahtera dan mandiri

Secara keseluruhan, program CSR PT.Telkom Witel Sulawesi Utara belum memenuhi lima aspek maqashid syariah dalam pemberdayaan UMKM. Program CSR PT.Telkom Witel Sulawesi Utara belum dapat menerapkan aspek pemeliharaan agama (*Hifdz al-Din*) karena belum adanya kegiatan yang mengaitkan praktik bisnis dengan prinsip keagamaan islam secara langsung dan pemeliharaan jiwa (*Hifdz al-Nafs*) karena belum adanya program CSR yang mendukung kesejahteraan fisik mitra binaan UMKM PT.Telkom Witel Sulawesi Utara.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* terhadap pemberdayaan Masyarakat PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara, maka dapat disimpulkan bahwa penerapan CSR yang dilaksanakan yakni program kemitraan diadakan oleh PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara dengan tujuan untuk mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Program kemitraan dilaksanakan dengan melakukan pengembalian dana hanya sebesar 6% dalam dua tahun, Adanya penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara bagi mitra binaan UMKM dapat meningkatkan ekonomi dan pemberdayaan para pelaku UMKM. PT.Telkom Witel Sulawesi Utara Maluku Utara juga mengimplementasikan keadilan dan transparansi dalam melaksanakan program kemitraan selain itu bisa mengembangkan sosial dan komunitas melalui keterlibatan Masyarakat yang lebih aktif.

Secara keseluruhan, program CSR PT Telkom Witel Sulut sudah bermanfaat bagi mitra binaan UMKM dari segi *Triple Bottom Lines* tetapi jika ditinjau berdasarkan lima aspek maqashid syariah pemeliharaan agama (*Hifdz al-Din*), jiwa (*Hifdz al-Nafs*), akal (*Hifdz al-'Aql*), keturunan (*Hifdz al-Nasl*), dan harta (*Hifdz al-Mal*). Aspek pemeliharaan jiwa dan agama belum terpenuhi, Ketiadaan pemenuhan pada dua aspek ini menunjukkan bahwa pemeliharaan agama (*Hifdz al-Din*) serta pemeliharaan jiwa (*Hifdz al-Nafs*) para mitra binaan UMKM belum sepenuhnya diperhatikan.

B. Saran

1. Pemeliharaan Agama (*Hifz al-Din*): Untuk memenuhi aspek pemeliharaan agama, PT Telkom dapat menambahkan program yang mendukung nilai-nilai keagamaan. Misalnya, program pelatihan tentang etika bisnis yang sesuai dengan ajaran agama, kegiatan motivasi yang mengintegrasikan nilai spiritual, atau dukungan untuk kegiatan

keagamaan rutin. Langkah ini dapat membantu mitra binaan menjalankan bisnis yang lebih etis dan berkesinambungan.

2. Pemeliharaan Jiwa (Hifz al-Nafs): CSR PT Telkom Witel Sulut dapat dilengkapi dengan program yang mendukung kesehatan fisik dan mental para pelaku UMKM. Program ini bisa mencakup layanan asuransi kesehatan, penyuluhan kesehatan, pelatihan manajemen stres, atau bahkan menyediakan layanan konsultasi kesehatan mental. Dukungan ini akan membantu mitra binaan memiliki kehidupan kerja yang lebih seimbang dan kondisi fisik yang lebih baik.

Dengan menambahkan kedua aspek ini, program CSR PT Telkom akan lebih sejalan dengan maqashid syariah dan meningkatkan keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan kesejahteraan spiritual mitra binaan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- A.P, M. (n.d.). Analisis Kinerja Keuangan PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk Melalui Analisis Rasio Keuangan Tahun. *Jurnal Manajemen Risiko*.
- Alhada, M. d. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism*.
- Apriyanti, Y. E. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*.
- Asriana, M. A. (2021). Pengaruh Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi [METANSI]*.
- Astri, H. (2012). Pemanfaatan Corporate Social Responsibility (Csr) Bagi Peningkatan Kualitas Hidup Manusia Indonesia The Influence Of Corporate Social Responsibility Toward the Improvement Of Quality Of Lif In Indonesia . *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*.
- Bagus, S. (2021). Islam dan Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Hadis. *Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Hadist*.
- Chapple, W. d. (2005). Corporate Social Responsibility (CSR) in Asia.
- Dr. Ika Yunia Fauzia, L. M. (2014). Prinsip Dasar Ekonomi Islam.
- Erti Rospyana Rafaida, M. S. (2021). Analisis Alokasi Dana Zakat Jawab Sosial Pendekatan Maqashid Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Sosial*, 1-15.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain metode Penelitian Kualitatif . *Humanika*.
- Fauzan. (2011). Corporate Social Responsibility dan Etika Bisnis. *MODERNISASI*.
- Finarti, A. d. (2015). Implementasi Maqashid Al-Syariah Terhadap Pelaksanaan Csr Bank Islam: Studi Kasus Pada PT.Bank BRI Syariah. *Jurnal ekonomi dan keuangan islam*.
- Firmansyah, M. d. (2023). Efektifitas Program Csr 'Community Involvement Development' Pada Telkomgroup. *Journal of student research (JSR)*.
- Hafni, S. S. (n.d.). Metodologi Penelitian.
- Haq, P. d. (2020). Maqashid Al-Syariah Menurut Al-Ghazali dan Ibnu Qayyim Al-Jauziyah. *Cross-Border*, 302-316.

- Iryana, R. K. (n.d.). Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif.
- Izzah Puspita, N. A. (2022). Analisis Pengaruh Pelaksanaan Program CSR "Beasiswa Gojek" Bagi Para Mitra Driver PT.Gojek Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jambi*, 12-17.
- Jamal, R. (n.d.). Maqashid al-Syariah dan relevansinya dalam konteks kekinian.
- Kristiyani, D. N. (2023). Analisis Implementasi Progrm Csr PT.Sido Muncul Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mitra Binaan Mbok Jajan. *Journal Of Public Relations Research*, 129-51.
- Maiti, B. (n.d.). Implementasi Penerapan Islamic Corporate Social Responsibility Pada Spiritual Company Waroeng Group Perspektif Maqashid Al-Syariah. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Marnelly, T. (2012). Corporate Social Responsibility: Tinjauan Teori dan praktek di Indonesia. *jurnal aplikasi bsinis*, 49-59.
- Muhammad Luthfi Iznillah, S. R. (2021). Dampak Program CSR Binaan PT Pertamina RU II Sungai Pakning: Analisis Social Return On Investment (SROI) dan Sensitivitas. *Jurnal akuntansi dan ekonomika*.
- Mutakin, A. (2017). Teori Maqashid Al-Syariah dan Hubungannya dengan Metode Istinbath Hukum. *Jurnal Hukum Islam*, 70-547.
- Nurjanah. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda Nurjanah. *Jurnal Mahasiswa*, 28-117.
- Panjaitan, H. (2022). Implementasi Maqashid Syariah Dalam Corporate Social Responsibility Di BPRS Al-Wasliyah Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI]*, 1-14.
- Paryadi. (2021). Maqashid Syariah: Definisi dan Para Pendapat Ulama. *Cross-Border*, 201-216.
- Prabawani, C. D. (2020). Analisis Program Kmitraan CSR PT.TELEKOMUNIKASI Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM Mitra Binaan PT.Telkom Witel Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 91-1285.
- Pradana, M. B. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Genilangit (Studi Di Desa WIsata Genilangit Kecamatan Poncol Kabupaten Magetan). *PUBLIKA*, 881-894.

- Putri, N. W. (2019). Implementasi Penerapan Islamic Corporate Responsibility Pada Spiritual Company Waroeng Group Perspektif Maqashid Al-Syariah. *Journal of chemical information and modeling*, 1689-99.
- Rasmawan, I. B. (2018). Analisis Hubungan Implementasi CSR, Keunggulan Bersaing Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Pada UMKM Mitra Binaan PT.Kereta Api Daop 4 di Semarang).
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara sebuah interaksi komunikasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*.
- Rufaida, E. R. (2021). J-HES. *Analisis Alokasi Dana Zakat dan Tanggung Jawab Sosial dengan pendekatan Maqashid Syariah*.
- Sukirman, S. M. (2016). Implementai Maqashid Dalam Corporate Social Responsibility di PT.Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal AKuntansi Multiparadigma*, 1-20.
- Sunaryo. (2015). Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan. *Fiat Justitia: Jurnal Ilmu Hukum*, 26.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2896-2910.
- Yoki Apriyanti, e. L. (2019). Kualitas Pelayanan Kesehatan di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*.
- Yuni Mayanti, R. P. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 651-660.
- Yuni Mayanti, R. P. (n.d.). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam. *Journal Of Applied Islamic Economics And Finance*.
- Zaini Abdillah Siregar, A. I. (2023). Analisis Penerapan Corporte Social Responsibility Pada PT. BPRS Puduarta Insani Berdasarkan Perspektif Maqashid Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 42-428.
- Zhahara Yusra, R. Z. (2021). Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Lifelong Learning*, 15-22.

LAMPIRAN

Lampiran 1:

Daftar pertanyaan wawancara SME Ranger Sulut Malut:

1. Apa program yang dilaksanakan oleh PT. Telkom Witel Sulut Malut?
 Jawaban: “Kami sering memberi mengadakan bantuan program kemitraan dengan mitra binaan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para UMKM dalam meningkatkan atau menghasilkan produk selain itu kami juga sering mengadakan pelatihan atau penyuluhan UMKM untuk mengajarkan UMKM menggunakan APK indibizpay bertujuan untuk pembayaran antar mitra UMKM dengan pembelinya”
2. Bagaimana penerapan program kemitraan *Corporate Social Responsibility* di PT. Telkom Witel Sulut Malut?
 Jawaban: “Kalau program kemitraan kami hanya memberi bantuan berupa pembiayaan modal usaha kepada para mitra binaan UMKM jika ada UMKM yang ingin bantuan modal mereka bisa mengajukan pengajuan proposal kami akan apply dan membuatkan berita acara jika sudah sah kami akan menandatangani pengajuannya setelah itu kami akan cairkan biaya modal langsung ke rekening mereka dalam program mitra binaan UMKM perlu membayar jasa administrasi sebesar 6% per 2 tahun”
3. Apakah perusahaan membantu meningkatkan pemberdayaan ekonomi usaha mitra binaan UMKM?
 Jawaban: “Bisa jadi iya karena melihat perkembangan usaha tiap UMKM yang makin laris selain itu jasa administrasi yang harus dibayar setiap tahunnya akan menurun jadi kalau dibilang memberdayakan ya pasti”
4. Apa dampak positif yang dirasakan perusahaan?
 Jawaban: “Untuk perusahaan dampak positif yang dirasakan mulai dari banyak masyarakat yang lebih mempercayai Telkom karena telah mempercayai Telkom akhirnya mereka menjadi pelanggan Telkom seperti memakai produk Telkom dengan waktu yang Panjang”
5. Menurut anda apakah PT. Telkom Witel Sulut Malut menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan adil, transparan dan bertanggung jawab?

Jawaban: “Menurut saya Telkom sudah berusaha adil karena perusahaan akan memberi bantuan biaya sesuai dengan yang mereka butuhkan juga, kalo transparan tentu saja iya karena itu kami mencairkan modalnya langsung dari pusat ke rekening mereka tanpa melalui orang kedua atau ketiga dan itu bertanggung jawab sudah pasti selama ini kami belum ada laporan menghilangkan sertifikat jaminan para mitra binaan UMKM”

Daftar pertanyaan wawancara Mitra Binaan UMKM Bapak Syarifuddin Haji Ali:

1. Bagaimana anda menilai keterlibatan Telkom dalam pemberdayaan Masyarakat?

Jawaban: “untuk saya pribadi Telkom itu cukup membantu Masyarakat karna saya sudah menjadi mitra binaan Telkom dari 2005 jadi Telkom kasih kepercayaan kepada kami berupa modal walaupun kami mengembalikan dana tapi pengembaliannya hanya 6%, jadi kalau dibilang terbantu ya pasti karna kami Masyarakat sekitar Telkom banyak yang seperti saya”

2. Apa dampak positif yang anda rasakan dari program *Corporate Social Responsibility*?

Jawaban: “untuk dampak positif saya rasa bantuan yang dikasih sangat bermanfaat karna saya juga dapat membantu orang lain”

3. Apa bentuk kontribusi PT. Telkom Witel Sulut Malut kepada anda?

Jawaban: “Saya mendapatkan bantuan dengan bentuk pembiayaan modal usaha karena itu juga tergantung pemilik usaha waktu itu saya mengajukan proposal sejak awal saya mau modal dan setelah itu saya yang mengatur akan dikemanakan modal tersebut”

4. Menurut anda apa program kemitraan *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Witel Sulut Malut dapat membantu perkembangan usaha UMKM?

Jawaban: “Menurut saya program ini sangat membantu karena dulu warung saya masih kecil orang-orang yang datang makan disini masih sedikit tapi Alhamdulillah sekarang lumayan banyak yang datang”

Daftar pertanyaan wawancara Mitra Binaan UMKM Bapak Ismet Domili:

1. Bagaimana anda menilai keterlibatan Telkom dalam pemberdayaan Masyarakat?

Jawaban: “Menurut saya perusahaan Telkom sangat membantu dalam pemberdayaan Masyarakat karena banyak program yang diberikan kepada Masyarakat sekitar seperti saya yang dapat menjadi mitra binaan UMKM

2. Apa dampak positif yang anda rasakan dari program *Corporate Social Responsibility*?

Jawaban: “Dampak positif yang saya rasakan ya akhirnya sekarang usaha saya sudah berkembang sampai bisa memperkerjakan orang untuk membantu saya dalam usaha ini”

3. Apa bentuk kontribusi PT. Telkom Witel Sulut Malut kepada anda?

Jawaban: “Saya waktu itu diberikan alat-alat jahitan lalu ada juga diberikan bantuan bahan baku”

4. Menurut anda apa program kemitraan *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Witel Sulut Malut dapat membantu perkembangan usaha UMKM?

Jawaban: “Menurut saya banyak membantu karena dulu saya jasa jahit saya ini masih sedikit pelanggan sekarang sudah mulai banyak pesanan yang masuk di jasa jahitan saya ini”

Daftar pertanyaan wawancara Mitra Binaan UMKM Bapak Ismet Domili:

1. Bagaimana anda menilai keterlibatan Telkom dalam pemberdayaan Masyarakat?

Jawaban: “Dengan adanya bantuan pembiayaan modal untuk mitra binaan UMKM oleh perusahaan Telkom, saya rasa program ini sangat membantu setiap orang yang lagi butuh modal usaha. Sudah banyak keuntungan dan manfaat yang saya rasakan karena biaya yang diberikan apalagi jasa administrasinya kecil jadi saya merasa ringan”

2. Apa dampak positif yang anda rasakan dari program *Corporate Social Responsibility*?

Jawaban: “Dampak positif yang saya rasakan dari perusahaan Telkom yakni saya merasa dapat banyak keuntungan karena program yang diberikan oleh perusahaan PT. Telkom”

3. Apa bentuk kontribusi PT. Telkom Witel Sulut Malut kepada anda?

Jawaban: “Telkom banyak berkontribusi atas perkembangan usaha saya dapat dilihat dari bengkel saya yang lumayan lengkap mulai dari kompresor

dan barang lainnya saja sekitar hamper 80 jt termasuk nitrogen yang berniali 20 juta”

4. Menurut anda apa program kemitraan *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Witel Sulut Malut dapat membantu perkembangan usaha UMKM?
Jawaban: “Menurut saya Telkom sangat membantu dalam usaha saya biaya yang mereka berikan mulai dari usaha saya yang masih kecil alatnya masih sedikit dan sekarang alat bengkel saya sudah lumayan lengkap”

Lampiran 2:

DOKUMENTASI



Ket: Kegiatan pelatihan dan pendampingan 1001 UMKM



Ket : Pembersihan Pantai triple M bersama karyawan PT.Telkom Witel Sulut



Ket: Wawancara bersama Mitra Binaan UMKM PT.Telkom Witel Sulut



Ket: Wawancara bersama SME Ranger Sulut Malut dan Mitra Binaan UMKM