BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dan persaingan bebas membawa dampak pada perubahan orientasi perusahaan atau organisasi bisnis. Organisasi bisnis yang pada awalnya bersifat tertutup atau hanya memberikan layanan pada pihak internal perusahaan, maka di era belakangan ini orientasi tersebut mengalami perubahan, yaitu perusahaan atau organisasi bisnis mulai berfikir dan bertindak untuk pihak internal dan eksternal. Lingkungan sangat mempengaruhi keberadaan organisasi. Semakin besar organisasi, semakin besar pula tuntutan masyarakat terhadap organisasi. Seiring dengan berkembangnya peradaban modern, eksistensi suatu perusahaan atau dunia usaha terus menjadi sorotan. Salah satu isu penting yang masih terus menjadi perhatian dunia usaha hingga saat ini adalah soal tanggung jawab sosial perusahaan *(Corporate Social Responsibility)* yang selanjutnya dalam penulisan ini disingkat CSR. Sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, persoalan tanggung jawab sosial perusahaan mengalami rumusan konseptual yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang dialami oleh dunia usaha itu sendiri.

Pada mulanya, beberapa lembaga bisnis yang besar mempunyai perilaku yang merugikan masyarakat. Perilaku semacam ini memperoleh reaksi negatif dari masyarakat, yang selanjutnya memaksa pemerintah menerapkan peraturan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mengatur perilaku bisnis tersebut. CSR merupakan sebuah konsep yang sudah berkembang pesat di negara-negara industri. CSR menekankan pentingnya peranan organisasi/ perusahaan dalam memberikan kontribusinya bagi masyarakat dan lingkungan. Konsep ini sangat mementingkan peran aktif dan pertanggungjawaban sebuah perusahaan. Pada saat ini dunia dihadapkan pada berbagai permasalahan seperti perubahan iklim, tidak menentunya cuaca, dan gejala pemanasan global. Selain itu akhir-akhir ini juga kerap kali terjadi kecelakaan dan musibah yang disebabkan oleh kalangan organisasi/ perusahaan. Oleh karena itu, CSR hadir sebagai sebuah jalan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang diakibatkan oleh kehadiran organisasi/ perusahaan.[1]

Di Indonesia kesadaran para pelaku bisnis dalam menerapkan CSR relatif baru, yaitu pada awal 1990. Adanya anggapan para pelaku bisnis di Indonesia bahwa tanggung jawab sosial dipandang sebagai aktivitas yang bersifat buang-buang biaya. Padahal program CSR justru memberikan banyak keuntungan pada perusahaan. Secara perlahan dalam dunia usaha di Indonesia mulai muncul spektrum baru berkaitan dengan pentingnya dunia usaha mempertajam kesadaran mereka tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Korporasi harus memandang bahwa tanggung jawab sosial perusahaan perlu diupayakan di lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

---

[1] Habztop, "*Perkembangan dan pentingnya Corporate Social Responsibility*", *Jurnal Bisnis*, (http://images.habztop.multiply.multiplycontent.com/attachment/0/Ro5OOQoKCsMAAEo6S5I1/Beberapa%20tahun%20terakhir%20ini.doc?nmid=48783225, diakses pada tanggal 25 Oktober 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Etika Bisnis ialah pengetahuan tentang tata cara ideal mengenai pengaturan dan pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma dan moralitas yang berlaku secara universal. Dengan menggunakan etika bisnis islami sebagai dasar berperilaku, baik oleh manajemen maupun oleh semua anggota organisasi, maka perusahaan akan mempunyai sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Dalam konteks ini, bisnis bukan hanya semata-mata persoalan memaksimalkan keuntungan bagi pemilik perusahaan. Tapi bagaimana bisnis yang dijalankan bisa mendatangkan keuntungan yang maksimum bagi pemilik perusahaan yang didapatkan dan dicapai dengan cara lebih memanusiakan manusia, dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh stakeholder.

Pada umumnya implementasi dari etika bisnis yang berkembang sekarang ini diwujudkan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu sebuah bentuk kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab sosial perusahaan untuk ikut memberikan manfaat terhadap masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu beroperasi. Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang, termasuk di Indonesia. CSR tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan (*sustainable development*).

Corporate Sosial Responsibility atau yang biasa disebut tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk pelaksanaan tuntutan etika dalam organisasi/ perusahaan, dalam kaitannya dengan tuntutan lingkungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau pihak-pihak yang berkaitan dengan organisasi/ perusahaan. Ada kalanya program CSR perusahaan tidak selalu harus berada pada tingkat produsen dan pengembangan produk, tetapi dapat mencakup aspek-aspek lain, semisal pendidikan dan pelatihan, serta konservasi. CSR merupakan sebuah potensi besar dana non-pemerintah yang harus kita dukung sebagai embrio transformasi menuju kemandirian masyarakat. CSR juga bisa menjadi jembatan antara kepentingan perusahaan dengan kepentingan masyarakat. Sehingga hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya bisa berjalan dengan lebih baik, lebih harmonis dan saling menguntungkan.

Baru-baru ini telah banyak perusahaan yang memilih program CSR dibidang edukasi, salah satunya adalah PT. Djarum. Saat ini program CSR sudah banyak diterapkan di berbagai perusahaan besar. Dalam penelitian kali ini, peneliti memilih PT. Djarum sebagai objek penelitian karena dinilai bentuk pelaksanan kegiatan CSR di PT. Djarum sedikit berbeda dengan pelaksanaan kegiatan CSR di perusahaan-perusahaan lain. Bentuk pelaksanaan program CSR khususnya di bidang pendidikan tidak hanya berupa pemberian beasiswa, namun diberikan juga dalam bentuk pemberian berbagai macam pelatihan untuk peningkatan *softskills* mahasiswa. Diharapkan peran serta PT. Djarum berupa program beasiswa dan pengembangan kepribadian yang berkesinambungan dapat menjadi kontribusi yang berguna. Dalam hal ini Djarum memilih tiga bidang peran yaitu: olahraga, lingkungan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan.[2] Fokus penelitian kali ini adalah mengenai Djarum Bakti Pendidikan.

PT. Djarum sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri rokok tentu mengalami berbagai pro-kontra dari masyarakat, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk melakukan program CSR. Penelitian kali ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana PT. Djarum menerapkan etika dalam pelaksanaan bisnisnya melalui program CSR yang ada, sehingga perusahaan dapat membentuk persepsi positif masyarakat bahwa Djarum bukan hanya mengejar keuntungan semata tetapi juga memiliki kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan dan juga penerapan etika dalam setiap kegiatan bisnisnya, salah satunya yakni melalui kegiatan CSR.

Sebagaimana pengamatan penulis, bahwa pelaksanaan program CSR PT. Djarum memiliki perbedaan dengan bentuk CSR dari beberapa perusahaan pada umumnya, terdapat beberapa hal yang menarik untuk diteliti khususnya yang berkenaan dengan implementasi nilai etika melalui kegiatan CSR PT. Djarum yang berupa Djarum Bakti Pendidikan. Oleh karena itu penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan judul "Implementasi Etika Bisnis Melalui *Corporate Social Responsibility* di PT. Djarum". Dalam hal ini penulis akan memfokuskan penelitian mengenai cara PT. Djarum mengimplementasikan etika pada kegiatan bisnis mereka melalui bentuk-bentuk program CSR yang ada, khusunya melalui program Djarum Bakti Pendidikan.

---

[2]*Beswan Djarum, wujud CSR Bakti Pendidikan dari PT. Djarum* (http://www.gamexeon.com/forum/berita-lain-lain/58753-beswan-djarum-wujud-csr-bakti-pendidikan-dari-pt-djarum.html diakses pada tanggal 25 Oktober 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja bentuk-bentuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh PT. Djarum?
2. Bagaimana PT. Djarum menerapkan etika dalam bisnis melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apa saja bentuk-bentuk pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh PT. Djarum.
2. Untuk mengetahui bagaimana PT. Djarum menerapkan etika dalam bisnis melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan tanggung jawab sosial (CSR) suatu organisasi atau perusahaan serta mengenai khasanah keilmuan yang berhubungan dengan penerapan etika pada suatu bisnis.

2. Manfaat Praktis

   a. Peneliti dapat menambah cakrawala keilmuan tentang penelitian dalam bidang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) secara lebih mendalam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Dengan adanya hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi PT. Djarum dalam meningkatkan kinerja perusahaannya terutama di bidang tanggung jawab sosial, terutama bagi masyarakat sekitar.

c. Dalam rangka untuk memperoleh gelar S1 (Strata 1) di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya fakultas Dakwah jurusan Manajemen Dakwah.

E. Definisi Konsep

Untuk mencegah adanya kesalahan persepsi di dalam memahami judul penelitian, maka perlu dijelaskan konsepsi teoritis tentang judul yang diangkat dalam penelitian ini. Berikut akan dijelaskan konsep dari beberapa istilah sebagai berikut :

1. Etika dan Etika Bisnis.

Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu " Ethos" yang berarti adat, akhlak, waktu perasaan, sikap dan cara berfikir atau adat-istiadat. Etik adalah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan oleh seseorang. Etika adalah tuntutan mengenai perilaku, sikap dan tindakan yang diakui, sehubungan dengan suatu jenis kegiatan manusia.[3]

Etika merupakan keyakinan pribadi seseorang mengenai apakah suatu perilaku, tindakan atau keputusan adalah benar atau salah. Etika dapat

[3] Hanungbayu, (2008). "*Optimalisasi Penerapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dengan Menggunakan Metode Value Chain Management* ". (www.hanungbayu.com. http://ramaalessandro2.multiply.com/journal/item/3 diakses pada tanggal 18 November 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

didefinisikan melalui berbagai cara. Etika didefinisikan sebagai studi mengenai hak dan kewajiban seseorang, mengenai aturan moral yang digunakan orang dalam pengambilan keputusan, dan karakteristik hubungan antar manusia[4]. Perbuatan dikatakan etis apabila sesuai dengan norma yang diterima masyarakat, dan tidak etis apabila tidak sesuai dengan norma sosial yang berlaku di masyarakat.

Etika bisnis adalah penerapan secara langsung tanggung jawab sosial suatu bisnis yang timbul dari pihak internal, dalam hal ini biasanya dari kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh pimpinan perusahaan.[5] Etika bisnis merupakan penerapan tanggung jawab sosial suatu bisnis yang timbul dari dalam perusahaan itu sendiri. Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat.[6] Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil, sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Dari pengertian di atas, penulis dapat memahami bahwa inti dari etika bisnis adalah bahwa suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau

---

[4] Mamduh M.Hanafi, *Manajemen* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1997), hal. 76.
[5] Griffin. *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2004), hal.100.
[6] "*Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Bisnis.*" (http://ramaalessandro2.multiply.com/journal/item/3 diakses pada tanggal 18 November 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

stakeholder) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain seperti masyarakat yang ada di sekitarnya.

2. Tanggung Jawab Sosial (CSR).

Tanggung jawab sosial adalah serangkaian kewajiban yang dimiliki organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat tempatnya berfungsi.[7] Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban organisasi untuk berbuat dengan cara tertentu yang ditujukan untuk melayani kepentingannya sendiri maupun kepentingan *stakeholder*. *Stakeholder* adalah siapa saja yang ada pada lingkungan eksternal yang terlibat secara langsung pada organisasi/ perusahaan dan atau mempengaruhi kegiatan oganisasi/ perusahaan tersebut.[8]

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka peneliti menganggap bahwa kepedulian sosial suatu bisnis terhadap lingkungannya harus ditunjukkan melalui bentuk nyata pelaksanaan tanggung jawab social (CSR). Karena semakin tinggi tingkat kepedulian sosial suatu bisnis semakin meningkat pula pelaksanaan praktek bisnis yang beretika dalam masyarakat. Pemikiran yang mendasari CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang

---

[7] Griffin. *Manajemen*..... hal. 109.
[8] Muhammad. *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2002), hal. 136.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas, seperti kepada masyarakat pada umumnya.

3. PT. Djarum

Fokus penelitian kali ini adalah mengenai salah satu bentuk pelaksanaan program CSR yang ada di PT. Djarum yang berupa Djarum Bakti Pendidikan. PT. Djarum adalah salah satu perusahaan rokok di Indonesia yang sudah melekat di hati masyarakat. PT. Djarum merupakan salah satu jenis perusahaan perseroan yang ada di Indonesia. Awalnya PT. Djarum adalah sebuah perusahaan perseorangan karena didirikan oleh seorang Oei Wie Gwan. Pada tahun 1983 Djarum berubah menjadi menjadi perseroaan terbatas. Lambang jarum yang digunakan oleh perusahaan ini adalah jarum grama phone.

Perusahaan yang berdiri 21 April 1951 di kota Wali Kudus, Semarang Jawa Tengah ini tengah menjadi ikon pembangkit semangat Bakti Bangsa pada seluruh masyarakat Indonesia, dan sudah barang tentu menjadi contoh bagi perusahaan-perusahaan lain dalam mencapai keberhasilan, seperti yang dicapai oleh PT. Djarum. Perusahaan ini mengolah dan menghasilkan jenis rokok kretek dan cerutu. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini sudah menjadi perusahaan yang sangat pesat dalam perkembangannya. Karena didirikan oleh Oei Wie Gwan, mantan agen rokok Minak Djinggo di Jakarta, yang mengawali bisnisnya dengan memasok rokok untuk Dinas Perbekalan Angkatan Darat. PT Djarum sejak bediri sampai sekarang masih saja mengalami masa kejayaan. Hal ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

di karnakan Perusahaan ini memiliki 76 lokasi kerja (70 di Kudus, 3 di Pati, 1 Rembang dan 2 di Jepara).[9] PT Djarum Indonesia merupakan salah satu dari tiga produsen "Kretek" rokok, yang dominan berupa tembakau di negara yang menempati urutan ke sepuluh di antara negara-negara dengan harga tertinggi dari perokok.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum yang meliputi : konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORITIK

Pada bab ini berisikan tentang kajian kepustakaan, yang berisi mengenai buku-buku yang dijadikan sumber bacaan oleh peneliti dan juga kajian teoritik, yang meliputi : pengertian etika bisnis, etika bisnis islam, pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR), pentingnya etika

[9] Dwi, *Manajemen Kantor Perjalanan Hidup*, (http://dwi.student.fkip.uns.ac.id/2009/01/13/hello-world/ diakses pada tanggal 25 Oktober 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam bisnis, penerapan konsep tanggung jawab dalam bisnis, serta kajian kepustakaan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, wilayah penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta teknik keabsahan data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data yang memaparkan fakta-fakta mengenai masalah yang diangkat dan analisis data. Data yang telah dianalisis dan diuji keabsahan datanya dibandingkan dengan teori. Hasil uraian tersebut tertulis dalam sub bab pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi penutup yang memaparkan tentang kesimpulan serta rekomendasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id