BAB IV

ANALISIS TENTANG *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DJARUM BEASISWA PLUS SEBAGAI *BRAND IMAGE* PT. DJARUM

A. TEMUAN PENELITIAN

1. STRATEGI IMPLEMENTASI PROGRAM DJARUM BEASISWA PLUS

Terdapat 3 temuan yang menyangkut strategi PT. Djarum dalam implementasi Djarum Beasiswa Plus dalam membentuk *Brand Image* positif dimata masyarakat sehingga mendapatkan legitimasi penuh dari masyarakat melalui mahasiswa.

Program Djarum Beasiswa Plus dilaksanakan untuk mendapatkan keuntungan kompetitif jangka pendek dan kemudian mempertahankannya atau *sustained competitive advantage*, yakni sebagai bentuk *common sense* pada masyarakat, sehingga apabila tetangga senang, maka hasil positif yang didapatkan. Selain ini dengan memiliki CSR maka *PT. Djarum* tidak perlu membayar pajak. Jadi motif PT. Djarum dalam melaksanakan CSR tersebut yakni: yakni,

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Dimana dalam pandangan ini diperlihatkan adanya suatu sumbangasih perhatian dari perusahaan kepada masyarakat.
2. Hubungan masyarakat dan kalangan bisnis seharusnya merupakan hubungan yang bersifat *simbiosis mutualisme*, Yakni saling

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

menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat, Sehingga menjaga eksistensi bisnis mereka atau *sustaining survival.*

3. Sebagai motivasi untuk pembayaran pajak dengan bentuk lain yang menguntungkan yakni dengan memiliki CSR tidak perlu membayar pajak sebesar 100% (*Tax reduction).* Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman Modal

Beberapa cara yang digunakan *PT. Djarum* dalam implementasi Djarum Beasiswa Plus untuk mendapatkan menjaga eksistensi bisnis mereka, yakni:

1) OPTIMALISASI SUMBER DAYA PERUSAHAAN DALAM PROGRAM DJARUM BEASISWA PLUS

Sumber daya yang digunakan PT. Djarum merupakan dukungan berupa aset fisik dan aset non fisik dalam setiap kegiatan. Melalui program ini total jumlah sumber daya yang diberikan kepada Beswan Djarum mencapai Rp. 16.000.000 yang diberikan selama satu Tahun kepada 515 Mahasiswa dari 88 Universitas dengan berbagai macam bentuk pemberian. Sumber daya ini merupakan bentuk dukungan pada setiap program Djarum Beasiswa Plus untuk meberikan *effek* yang baik,sehingga bisa berjalan lancar dan memuaskan. Berikut Sumber Daya Program CSR Djarum Beasiswa Plus**.** Sumber daya ini merupakan bentuk yang sulit ditiru dan dipahami oleh pesaing.

a. Sumber daya Fisik

Sumber daya dalam hal ini merupakan segala aset fisikyang dimiliki oleh PT. Djarum yang berkontribusi terhadap aktivitas CSR yang mereka

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

lakukan. Dalam hal ini, yakni sumber daya manusia, karyawan. Kalau pada awalnya kegiatan CSR secara terintegrasi dilakukan dibawah naungan devisi *Corporate Affairs.* Defisi *Corporate affairs* ini berdiri sendiri dan bertanggung jawab atas *Chief Operating Offiser* (COO) dan *Chief Executive.* Sedangkan untuk menjalin hubungan dengan media massa (*media relations*) sebagai tugas dari *corporate communication*yang masuk defisi Public relations dan tergabung dalam defisi *Corporate Affair Communication.* Kemudian dibentuk satu defisi khusus yakni *Djarum Foundation*, yang mengelola pelaksanaan dan komunikasi semua aktifitas CSR PT. Djarum. Jadi CSR tidak masuk bagian operasi perusahaan. Sehingga secara fokus *Djarum Foundation* melakukan perencanaan, anggaran, pengawasan dan pelaporan yang mengikuti prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Sehingga terdapat srtuktur organisasi sendiri untuk mengolah program Beasiswa tersebut. Jajaran karyawan dan direksi ini pun memiliki tugas untuk memantau dan menjalankan program. Memastikan komitmen dimulai dari jenjang teratas serta tata kelola program kegiatan CSR. Untuk mempermudah hal tersebut terdapat karyawan memiliki peran aktif dalam setiap kegiatan Djarum Beasiswa Plus. Hal ini karena karyawan tersebut menjadi Pembina pada setiap Regional diseluruh Indonesia.

1. Pembina Regional Surabaya : Totok Widjayanto
2. Pembina Regional Jakarta : Leonardus Saptopranolo
3. Pembina Regional Semarang : Welly Arisanto

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

4. Pembina Regional Bandung : Poppy Nursopia

Hal ini dilakukan karena PT. Djarum menyadari bahwa karyawan merupakan sumber daya internal yang terpenting sebagai ujung tombak perusahaan dalam pelaksanaan program Djarum Beasiswa Plus. Selain itu evaluasi program dilakukan dengan mudah

Aset fisik lainya yang dibutuhkan dalam setiap kegiatan aktivitas CSR adalah sarana dan prasarana fisik pendukung yang disesuaikan dengan jenis kegiatan dalm program tersebut. Contoh:

Table 4.1

Contoh supporting sumber daya fisik pada kegiatan Djarum Beasiswa Plus

1. Ekonomi	- Pemberian beasiswa senilai 750.000 perbulan. - Sragam Offisial
2. Kegiatan	
a. *Character Building* "kegiatan *Out Bond* untuk beswan Djarum"	- Lokasi pertunjukan Saung angklung Udjo beserta angklung untuk masing masing peserta - Area Outbond ZONE 235 Cikole Bandung beserta perlengkapan untuk setiap permainan, sekaligus perlengkapanya koper, handuk, jaket dan tas yang semuanya berlabel Djarum Beasiswa Plus - Obyek wisata Tangkuban Perahu Jawa Barat dan ke Cihampelas Bandung.
b. *Nation building* "kegiatan untuk menumbuhkan rasa cinta keindonesiaan"	- Lokasi Pusat Rekreasi dan Promosi Pembangunan (PRPP) Semarang serta Perlengkapan alat untuk pertunjukan pergelaran seni - Cultural Visit, lokasi Sunan Kudus - Kantor, Pabrik dan GOR *PT. Djarum* di Kudus , Jawa Tengah. - Admiral Convention Hall Semarang.
c. *Leadership Development*	- Perlengkapan lomba seperti alat tulis

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

"*softskill training "Dare to be leader* dan *Debate Competition*	yang dipakai beswan - Sarana pendukung seperti sistem audio dll
d. Competitive challence - "lomba karya tulis (LKT) Beswan Djarum - *"Blog Competition"*	- Sistem penilaian yang digunakan dalam lomba, dll. - Hadiah total 210 juta. - Study Tour ke luar pulau
e. Community Empowerment	- Sarana dan Prasarana untuk membangun desa - Modal awal untuk pemberdayaan masyarakat.
f. International Exposure	- Segala kebutuhan untuk keluar negeri di tanggung

b. Sumber Daya Non Fisik Perusahaan

Sumber daya non fisik yang dimiliki perusahaan utama adalah komitment, yakni perluasan jaringan dan berkembangnya kegiatan. Sudah selama 30 tahun PT. Djarum berkomitmen untuk memberikan beasiwa, selain itu setiap tahun jumlah penerima juga bertambah, hal ini merupakan salah satu bentuk perluasan jaringan yakni pada tahun 2013 sebanyak 84 propinsi, sedangkan pada tahun 2014 sebanyak 88 propinsi. Sumber daya non fisik lain yakni segala bentuk kerjasama *ekternal* yakni perusahaan atau lembaga lain yang diajak untuk kerjasama oleh *Djarum Foundation* dalam pelaksanaan aktivitas CSR mereka. Hal ini untuk membentuk tata kelola perusahaan yang baik dan memiliki keunggulan beroperasi.

Tabel 4.2 menjelaskan sumber daya non fisik yang berasal dari elemen *eksternal* yang bekerjasama dengan Djarum Beasiswa Plus dimasing-masing kegiatanya.

Tabel 4.2

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

Contoh *external resouces* Pada Aktivitas CSR Djarum Beasiswa Plus

1. *Character Building* "kegiatan *Out Bond* untuk beswan Djarum"	Kerjasama dengan 235 Training center satya yudha wicaksana yang terletak di pintu ii objek wisata gunung tangkuban perahu, cikole lembang, Bandung, jawa barat
2. *Nation building* "kegiatan untuk menumbuhkan rasa cinta keindonesiaan"	- Kerjasama dengan Denny Malik Entertainment dalam pemeran dalam pagelaran Kemilau Intan Indonesia. - Rossiana sialalahi pada Diskusi Kebangsaan. Bambang Prianto peraih gelar "Pahlawan Asia" dari majalah *Time Asia* karena perjuangannya menolong para korban tragedi Bom Bali I. Thantien Hidayati pendiri Rumah aksara.
3. *Leadership Development* "*softskill training "Dare to be leader* dan *Debate Competition*	- Kerjasama dengan *Top Concept* sebuah layanan *Corporate Development & Bussines Training* - Kerjasama dengan pemateri tetap, yakni: • Margaretha Astaman materi *creative writing* • Analisa Widyaningrum yang membawakan materi mengenai visi. • Rosianna Silalahi yang akan memberi materi soal komunikasi. • James Gwee sang *Indonesia's Favorite Trainer* yang siap mendongkrak motivasi para beswan.
4. *Competition Challenges* "lomba karya tulis (LKT) Beswan Djarum	- Pada tingkat Regional bekerjasama dengan 3 Juri dari akademisi dan media setempat - Pada tingkat Nasional bekerjasama dengan 3 Juri dari akademisi, intelektual, budayawan dan media.
5. *Community Empowerment*	- Masyarakat desa sebagai desa

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

	Binaan Disetiap Regional. • Regional Surabaya : Masyarakat desa Mojokerto dan Malang. • Regional Semarang : Dusun Ngroto, Desa Sumogawe, Kabupaten Semarang • Regional Bandung : desa Mekar Harapan, Cibiru Wetan.
6. International Exposure	- Bekerjasama dengan LIMUN

2) KEUNIKAN KONSEP (*SELECTING SEKTOR)* CSR DJARUM BEASISWA PLUS

Kunci utama strategi perusahaan agar mencapai *survival* adalah mempunyai ciri unik dan berbeda dari perusahaan lain. Hal ini juga disadarai *Djarum Foundation* dalam mencari celah strategi CSR mereka. Tentunya hal ini juga didasari dengan evaluasi sumber daya internal yang mereka miliki.

Strategi dalam hal ini adalah Selain meberikan dana beasiswa juga mendapat berbagai macam pelatihan ketrampilan lunak atau *soft skills.* PT. Djarum meyakini bahwa dengan memberikan konsep yang berbeda yakni memberikan pelatihan *Soft skill* maka akan memberikan kesan yang berbeda, dan lebih menarik dari Beasiswa yang lain.

Pelatihan ini meliputi *Nation Building, Character Building, Leadership Development, Competition Challenges, serta International Exposure*. Tidak hanya berhenti sampai di sini, melalui program *Community Empowerment*, Beswan Djarum juga diberikan kesempatan untuk menerapkan berbagai ketrampilan lunak yang telah diperoleh dengan melibatkan diri secara

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

langsung dalam memberikan jalan keluar pada suatu permasalahan sosial di lingkungan tempat mereka berada.

3) PENGOKOHAN *STAKEHOLDER INTERNAL* DJARUM BEASISWA PLUS

PT. Djarum merupakan perusahaan rokok milik keluarga yang belum melepas saham ke publik. Dengan kepemilikan keluarga segala keputusan dan kebijakan yang diambil oleh management CSR Djarum Beasiswa Plus tentu tidak lepas dari peran serta pemilik. Semua berangkat dari filosofi perusahaan oleh para pendiri Djarum yaitu "Keakraban dengan Masyarakat". Hal ini didukung oleh komitmen tinggi pemilik dan management untuk terus fokus dan mengembangkan kebijakan CSR Djarum Beasiswa Plus yang diambil. Semua kegiatan CSR Djarum Beasiswa Plus selalu diupayakan berawal dari internal perusahaan yaitu dilingkup karyawan Djarum sendiri. Jika kegiatan dilingkup internal ini sudah berhasil, sesuai komitmen yang dibentuk kegiatan ini akan diperluas kepada masyarakat umum. Hal ini merupakan bentuk pengokohan konsep program, yang juga meberikan *simbiosis mutualis* untuk para karyawan PT. Djarum.

Kalau pada awalnya Program Djarum Bakti pendidikan diberikan pada pihak internal *PT. Djarum*, seperti pada putra dan putri karyawan, yakni diberikan pada karyawan PT. Djarum pada level tertetu yang dengan gaji dirasa perusahaan kurang mampu membiayai pendidikan anakanya. Para karyawan berhak mengajukan beasiswa untuk anaknya dan akan diseleksi berdasarkan prestasi anak-anak oleh departemen HRD sesuai dengan kuota

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

beasiswa. Selanjutnya dalam perjalananya beasiswa pendidikan juga diberikan pada pihak eksternal. Selalu dimulai dari lingkungan terdekat, pada tahun 1984 Djarum bekerjasama dengan Universitas Diponegoro, Semarang. Dengan dedikasi dan komitmenya, pada tahun 2014 tepat diusianya yang 30 Tahun Djarum Bakti Pendidikan telah memberikan kepada lebih dari 8.000 mahasiswa yang tersebar di 88 Universitas dilebih dari 34 provinsi.

Filosofi dari pendiri Djarum ini tercermin dalam budaya Djarum yang direfleksikan melalui 5 nilai inti budaya perusahaan. Yakni poin ke 4 dan ke 5 "keluarga" dan "tanggung jawab social". Dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Djarum memang diupayakan untuk membudaya dilingkup internal perusahaan sendiri.

Dari Banyaknya tenaga kerja yang diserap oleh *PT. Djarum* juga disertai dengan perhatian yang besar pula terhadap masalah keselamatan dan kesehatan kerja para karyawannya. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya Sertifikat Audit Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja dengan status Bendera Emas dari Menteri Tenaga Kerja danTransmigrasi pada tahun 2005.

2. *REPORT CSR* DAN *PROMOTIONAL MIX* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI DJARUM BEASISWA PLUS

Salah satu cara untuk mengkomunikasikan kegiatan CSR Djarum Beasiswa Plus PT. Djarum adalah melalui *Report CSR*. *Report CSR* merupakan laporan CSR. Walaupun sebenarnya dengan status perusahaan keluarga *PT. Djarum* tidak wajib untuk membuat laporan CSR. namun demikian dalam setiap kegiatan CSR

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

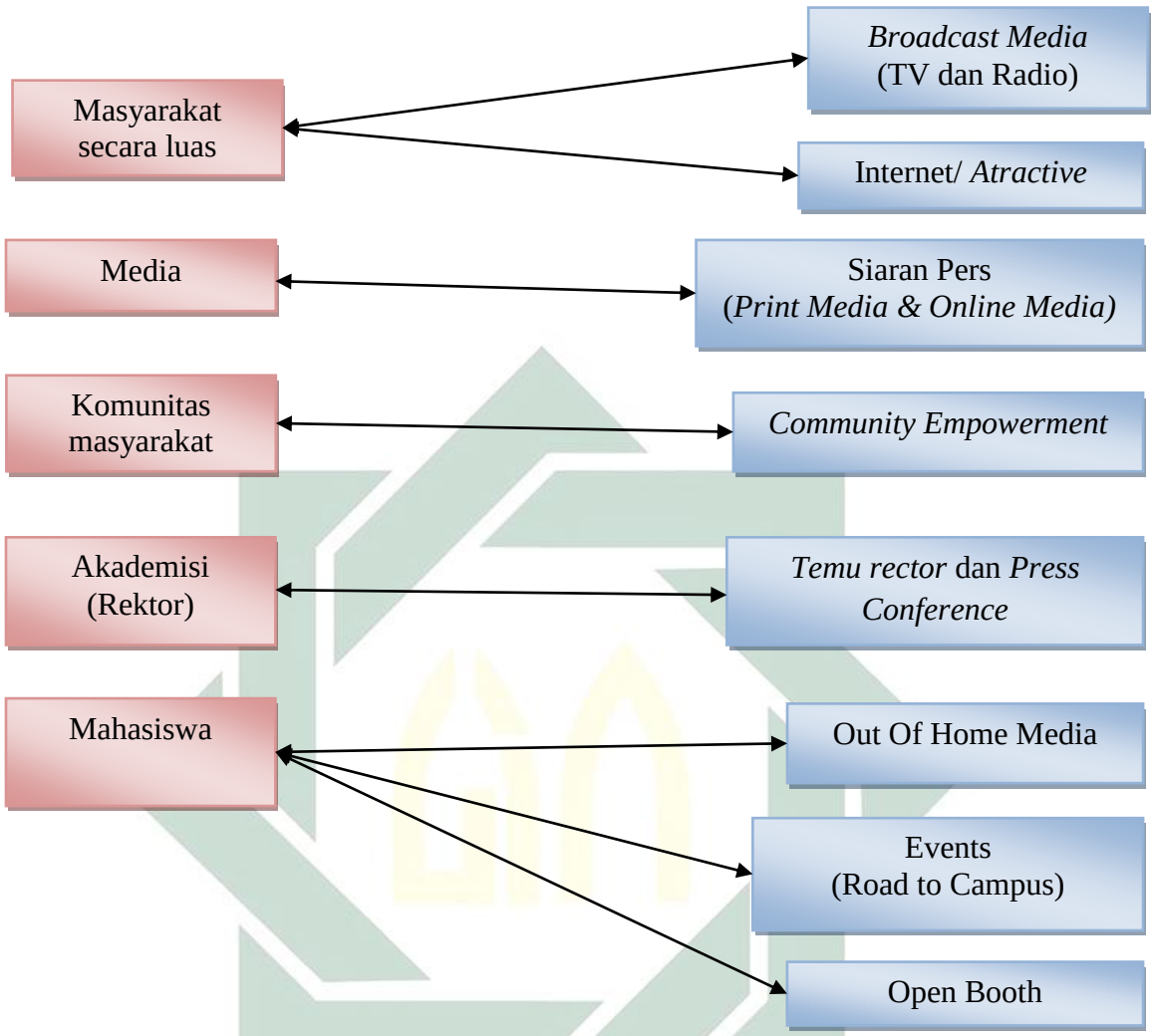
yang dilakukan selalu dibuatkan *Report*bahan evaluasi internal. Jadi *Report CSR* adalah segala bentuk penginformasian segala kegiatan yang telah dilaksanakan dalam setiap program. Jadi *Djarum Foundation* secara khusus memiliki *website* untuk Djarum Beasiswa Plus sebagai tempat *Report CSR*. Dari penelusuran website www.djarumbeasiswaplus.org didapatkan beberapa *report* tentang kegiatan Djarum Beasiswa Plus.

Pada dasrnya sudah sejak tahun 1984 Djarum Beasiswa Plus terselenggara, namun mengalami keterlambatan mengkomunikasikan CSR pada masyarakat secara luas. Namun setelah itu pada tahun 2000 program Djarum Beasiswa Plus dikomunikasikan secara *external* dengan berbagai media. Hal ini karena PT. Djarum menyadari bahwa segala bentuk *Publisitas* diperlukan untuk menjaga konsistensi bisnis mereka dimata masyarakat.

Strategi komunikasi *eksternal* yang digunakan PT. Djarum dengan menggunakan berbagai media yang berbeda yakni bersifat *promotional mix. Promotional mix* merupakan salah satu bagian alat integrasi komunikasi yang untuk memberikan informasi mengenai program Djarum Beasiswa Plus secara gratis. Dalam proses komunikasi ini, PT. Djarum menginginkan adanya kontak dengan masyarakat sebagai target *brand* mereka. Gambar berikut menunjukan *Promotional mix* dimana masyarakat dapat melakukan kontak dengan perusahaan dalam proses komunikasinya. Ditabel ini sekaligus dijelaskan alat komunikasi untuk setiap *stakeholder*

Tabel 4.1: Contact Tools Promotional mix dari
Program Djarum Beasiswa Plus pada setiap stakeholders

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



Berikut adalah analisa alat komunikasi untuk setiap *stakeholder* yang sudah digunakan *Djarum Foundation* dalam mengkomunikasikan CSR Djarum Beasiswa Plus sesuai dengan bagan diatas:

1. Masyarakat secara luas

***a. Broadcast Media* (Televisi dan Radio)**

Pada tahun 2014 *PT. Djarum* gencar mengiklankan program Djarum Beasiswa Plus. Melalui iklan tersebut program Djarum Beasiswa Plus dikemas sedemikian rupa sehingga terlihat sangat

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

menarik perhatian masyarakat secara luas. Tidak tanggung tanggung iklan tersebut diiklankan sampai 30 kali dalam sehari yang disiarkan dibeberapa TV Nasional. Hal ini terlihat kalau beasiswa ini menjadi sebuah ajang yang sangat *branded* sekali dibandingkan dengan beasiswa lain. Hal ini karena diiklan tersebut *soft skill* sangat ditonjolkan, sehingga peminatnya tidak hanya dari mahasiswa yang tidak mampu tapi mahasiswa mampu yang berprestasi yang tersebar diseluruh Indonesia, sehingga mulai dari anak SMA sudah mengetahui program tersebut.

b. Internet/*interactive*

Penggunaan internet sebagai sarana komunikasi juga tidak dilewatkan oleh pihak *Djarum Foundation*. Belch and Bech (2009) menyebutkan teknik untuk melakukan publisitas sebuah produk dapat dilakukan dengan *News Realeses, Press Conferences, Features Articles, Photographs, Film* dan *Video tape*. Sehingga segala bentuk informasi mengenai kegaiatan tersebut bisa diakses seluruh lapisan masyarakat.

Dalam mengkomunikasikan Segala bentuk informasi Djarum Beasiswa Plus selalu di lakukan publikasi. Djarum beasiswa plus juga memiliki website khusus yakni www.djarumbeaiswaplus.org, segala bentuk informasi mengenai kegiatan bisa dilihat disana. Website tersebut bersifat aktif dan *Update*. Berbagai *News Realeses, Features Articles* dan *Photographs* sudah ada. Selain itu media *You tube* juga secara resmi digunakan *Djarum Foundation*, hal ini karena salah satu kegiatan "*Debate*

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

Competition" memiliki banyak *viewrs*. Sehingga setiap tahun selau ada *upload* yang baru. Djarum Beasiswa Plus juga memiliki akun resmi pada media *Twitter* dan *Facebook* yang dimanfaatkan mahasiswa sebagai media interaktif untuk menanyakan berbagai hal terhadap program tersebut.

2. Media (Pers)

***a.* Siaran Pers (Print Media & Online Media)**

Komunikasi Djarum Beasiswa Plus melalui Print media dan Online media dilakukan setiap kali penyelenggaraan acara dan kegiatan. Misalnya pada salalah satu program kegiatan *Nation Building,* pada acara puncaknya beberapa media baik cetak maupun online diundang untuk meliput acara tersebut. Hal ini merupakan bentuk *Media Relations PT. Djarum Foundation* sehingga kegiatan tersebut bisa dilihat oleh masyarakat. yang semuanya sudah di ataur di devisi *Puclic affair* dan *communication*

3. Komunitas masyarakat

a. *Community Empowerment*

Community Empowerment"(CE) yang dilakukan oleh Beswan Djarum dengan partisipasi wargadalam pemberdayaan masyarakat, misalanya pada Beswan Surabaya dilakukan ketika terdapat peluncuran produk inovasi budidaya cacing. Ketika melakukan *launching* produk tersebut, beswan dan pondok mengundang seluruh perangkat desa atau biasa disebut dengan kepala pedukuhan yang terdiri dari sepuluh dusun. Disinilah bentuk komunikasi tersebut terjadi.

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

Community Empowerment merupakan media komunikasi pada sebuah komunitas didesa, yang dalam hal ini pada sebuah komunitas masyarakat dibeberapa desa tertentu. Komunitas ini merupakan bentuk Partisipasi masyarakat dipedasaan yang diberdayakan agar bisa memiliki *skill* untuk bisa memanfaatkan segala aspek yang berada dilingkungan mereka. Mulai dari pemberdayaan cacing, pemberdayaan enceng gondok, budidaya lele dll. Partisipasi warga ini dilakukan rutin setiap minggunya.

Program yang diinisiasi pada tahun 2011 untuk angkatan 27. Pencetus program CE adalah program director bakti pendidikan,Primadi H. Serad. Tujuan dari CE ini adalah menjadikan lingkungan yang disasar oleh kegiatan CE menjadi lingkungan yang mandiri dan berkelanjutan. Menurut Legowo kadri CE merupakan peltihan *public speaking* yag konkret dengan cara memberdayakan masyarakat sesuai dengan potensi yang ada didesa masing masing.

4. Akademisi (Rektor disetiap Universitas)

a. Temu Rektor & Press Conference

Temu Rektor &*Press Conference* merupakan sebuah bentuk *Report* CSR dengan cara menginformasikan setiap kegiatan yang telah dilaksanakan dalam program Djarum Beasiswa Plus. Kegiatan ini mengundang para rektor dari berbagai Universitas penerima program Beswan. Para rektor yang hadir menilai program ini sangat baik dalam melatih *softskill* maupun *leadership* para mahasiswa, sebagai bekal menghadapi masa mendatang.

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

Djarum Foundation tidak hanya merangkul para beswan djarum, Namun juga rektorat. Forum Rektor tidak hanya menjadi wadah komunikasi dan dialog antara PT. Djarum dengan pihak perguruan tinggi. Terbentuknya forum rektor memberi ruang bagi komunikasi 2 arah untuk dapat saling memahami, mengevaluasi dan mendapatkan ide pengembangan berlanjutan program beasiswa Djarum.

Kegiatan rutin ini terselenggara saat kegiatan *Nation Building* pada saat pagelaran malam Dharma Puruhita. Sebanyak 88 Rektor dari Universitas yang berbeda di undang untuk menyaksikan pargelaran tersebut.

5. Mahasiswa

a. Road to campus

Salah satu program komunikasi *eksternal* lain *Road to campus*, merupakan penyebaran informasinya dengan mengunjungi kampus kampus untuk memberikan pengetahuan berupa seminar dan *talkshow*, hal ini merupakan slah satu media yang digunakan untuk bisa menjelaskan bahwa *PT. Djarum* bakti terhadap pendidikan.

Program ini berbentuk pelatihan dengan terjun ke lapangan langsung yakni perguruan tinggi diindonesia yang diikuti oleh mahasiswa-mahasiswa di beberapa kampus setiap tahunya. Jadi bentuk komunikasi Djarum Bakti pendidikan dengan memberikan pelatihan. *Road to Campus* ini diberikan mulai tahun 2007 dengan mendengarkan aspirasi/permintaan dari perguruan tinggi/Universitas untuk Memberikan pelatihan *Soft skill*

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

kepada mahasiswa lainya secara lebih luas. Program ini diberikan oleh Djarum Bakti Pendidikan sebagai bentuk komitmenya terhadap dunia pendidikan sebagai salah satu upaya untuk memadukan antara pencapaian akademik (*Hard skill*) yang diperoleh dikampus dengan berbagai ketrampilan agar mahasiswa dikemudian hari menjadi manusia yang cukup intelegensia, emosional, maupun spiritual sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bangsa dalam mewujudkan masa depan yang lebih baik.

Road to Campus merupakan salah satu program dari Djarum Bakti Pendidikan yang juga menjelaskan salah satu Program Bakti Pendidikan yakni Djarum Beasiswa Plus. Sehingga mahasiswa yang berada pada semester pertama sudah mengetahui bahwa PT. Djarum memiliki program beasiswa.

b. Open Booth

Open booth merupakan salah satu bentuk dari *Sales promotion* namun hal ini dilakukan Beswan untuk mensosialisasikan *Open Reqruitment* Djarum Beasiswa Plus, hal ini dilakukan selama 3 sampai 4 hari dengan membuka *Booth* disetiap Universitas yang menjadi member beasiswa Djarum. Hal ini dilakukan agar lebih mempermudah para calon beswan untuk mendapatkan informasih lebih lanjut. Selain itu untuk menjangkau calon Beswan yang belum mendapatkan informasi tentang *Open Reqruitment.* Selain itu ini merupakan bentuk *Feedback* PT. Djarum

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

apabila ada calon Beswan yang memiliki banyak pertanyaan tentang program Djarum Djarum Beasiswa Plus. Selain itu di program ini calon Beswan juga bisa sekaligus mendaftar di *Booth* tersebut.

Hal ini diakui *Corporate Communication* PT. Djarum RSO Surabaya (Indonesia Timur) bahwa dengan adanya *open booth* ini meningkatkan jumlah peminat Djarum Beasiswa Plus sebanyak 10%.

c. Out Of Home Media

Penggunaan sarana iklan *Out of-Home* media yang dilakukan Djarum Beasiswa Plus dilakukan dengan pemasangan *billboard* ditempat tempat yang dirasa strategis. *Billboard* ini digunakan sebagai sarana komunikasi untuk setiap kegiatan atau *Open Reqruitment* Djarum Beasiswa Plus yang dilakukan oleh *Djarum Foudation*. selain itu juga *pamphlet* dan selebaran yang diberikan untuk mahasiswa.

3. RESPON MAHASISWA DJARUM BEASISWA PLUS YANG BERIMBAS PADA *BRAND IMAGE PT. DJARUM*

Eksistensi perusahaan menjadi jaminan agar kegiatan yang dilakukanya dapat berjalan lancar. Karena itu perusahaan harus mampu membuat dirinya diterima oleh berbagai pemangku kepentingan yang berkaitan. Hal dini diukur dari melihat bagaimana Respon Mahasiswa UIN Suanan Ampel Surabaya terhadap program Djarum Beasiswa Plus, sehingga dilihat dari 3 Aspek yakni

a. Aspek kognitif
b. Aspek penilaian
c. Aspek tindakan nyata

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

Penerimaan pemangku kepentingan terhadap keberadaan Djarum (legitimasi) dari mahasiswa dapat ditinjau dari 3 aspek

a. *Pragmatic Legitimacy*

Pragmatic Legitimacy diberikan ketika mahasiswa diuntungkan dengan adanya aktivitas perusahaan. Melalui program Djarum Beasiswa Plus mahasiswa penerima mendapatkan keuntungan baik dari bantuan dana beasiswa dan pelatihan ketrampilan lunak dan *Softskill* selama satu tahun, selain itu melalui beasiswa ini mahasiswa dari periode pertama sampai periode yang sedang berlangsung. Hal ini dibuktikan dengan bentuk *Pragmatic Legitimacy* dari kalangan akademisi kota Surabaya khususnya yakni dengan bentuk konsistensi 5 universitas disurabaya untuk melakukan *Follow-up* terhadap bentuk beasiswa tersebut. Bentuk dukungan yakni dengan memberikan izin kepada pihak Djarum ketika kalau ada tes Universitas tersebut. Pihak Universitas sendiri menyadari bahwa program ini memberikan manfaat ekonomis dan *Soft skill* bagi mahasiswa hingga saat ini.

b. *Cognitive Legitimacy*

Penerimaan mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tidak perlu diragukan terhadap keberadaan program Djarum Beasiswa Plus tidak dapat diragukan lagi. Hal ini dikarenakan PT. Djarum dirasa telah memberikan banyak kontribusi baik dibidang ekonomi atau pengembangan kemampuan diri (*Soft skill).* Sehingga mahasiswa khususnya mahasiswa penerima beasiswa memberikan respon positif kepada PT. Djarum terutama program

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

beasiswa. Bentuk nyata dari perolehan *Cognitive Legitimacy* terhadap PT. Djarum dari mahasiswa UIN Penerima Beasiswa Djarum yakni:

1. Mengikuti secara aktif *rundown* kegiatan program Djarum Beasiswa Plus.

Kontribusi ini secara aktif diberikan Beswan Djarum (penerima program beaisiswa) pada setiap program beasiswa dalam 1 tahun masa penerimaan, walaupun diakui sering ada kegiatan yang bentrok dengan jadwal kulih, UTS dan UAS. Misalnya saat kegiatan *Character Building* tahun 2014 yang diadakan pada bulan januari sampai maret, mahasiswa UIN mendapat *batch* yang bentrok dengan jadwal UAS, namun baik dari pihak Djarum Bakti Pendidikan memberikan *fleksibel* dari terhadap mahasiswa untuk menentukan jadwal, sebaliknya dari pihak kampus juga memberikan Izin pada mahasiswa untuk mengikuti kegiatan *Character Building.*

2. Mengajak orang lain mengikuti beasiswa.

Dari penelitian didapatkan bahwa mahasiswa UIN Sunan Ampel baik penerima atau tidak bersedia mengajak mahasiswa lain untuk mengikuti beaisiswa terbut. Hal ini merupakan salah satu bentuk penerimaan, karena secara tidak langsung mereka bersedia mempromosikan beasiswa tersebut terhadap mahasiswa lain.

3. Menampik isu negative mengenai *PT. Djarum*

Respon kognitif ini secara positif diberikan beswan djarum UIN Sunan Ampel Surabaya, hal ini dilakukan dengan cara tidak ikut menyebarkan isu tersebut,

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

ikut menampik isu negative tersebut dan turut serta membersihkan nama baik Djarum, namun dari mahasiswa UIN Sunan Ampel tidak memberikan respon positif, hal ini karena PT. Djarum tetap dianggap perusahaan kontroversial, karena memproduksi rokok. Jadi mereka tidak peduli terhadap isu tersebut.

c. Moral Legitimacy

Legitimacy moral merupakan tujuan untuk mendapatkan legitimasi sosial dari masyarakat. Hal ini dilihat dari bagaimana penilaian moral dari mahasiswa terhadap program Djarum beasiswa plus. Dari respon aspek penilaian, mereka memberikan positif terhadap moral PT. Djarum, hal ini karena melihat praktik implementasi Djarum Beasiswa Plus dalam hal bisnis rokok dan pemberian beasiswa. Beswan Djarum menyatakan bahwa PT. Djarum memiliki moral yang baik karena beswan djarum tidak pernah disuruh untuk berjualana atau mempromosikan produk Djarum, selain itu mereka juga tidak pernah diperkenalkan dengan produk rokok. Setiap kegiatanpun tidak penah ada tentang rokok. Hal ini karena *Djarum Foundation* secara terpisah dengan PT. Djarum. Selain itu dalam hal tanggapan mereka terhadap PT. Djarum dengan tanggung jawab social, bahwa PT. Djarum bukanlah perusahaan rokok terbesar, namun memberikan tanggung jawab social yang besar, sehingga PT. Djarum mendapat dukungan positif dari Beswan Djarum setelah adanya program Djarum Beasiswa Plus. Jadi Legitimasi moral ini terbentuk secara social dengan memberikan dan mempertimbangkan pembenaran akan tindakan, praktek, dan institusi tertentu.

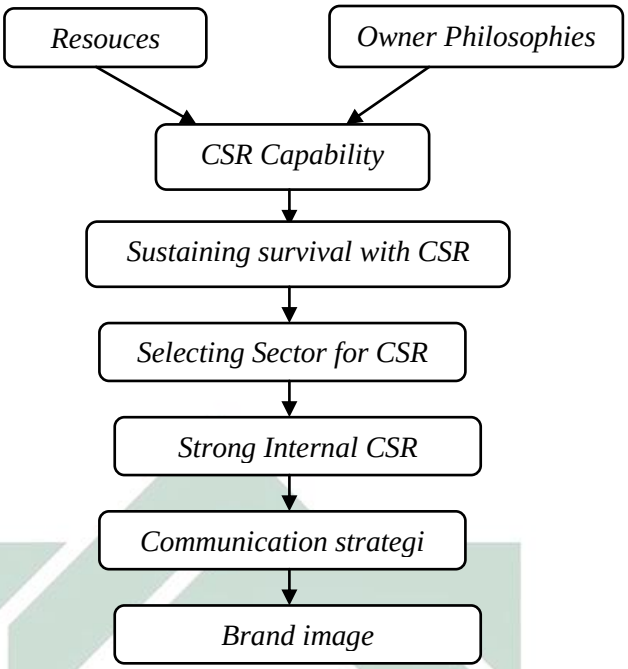
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu Hal ini juga berbuah manis dengan diterimanya Anugrah Peduli Pendidikan dari Kementrian Pendidikan Nasional Republik Indonesia pada tangga 24 September 2010.

B. KONFIRMASI TEMUAN DENGAN TEORI

Pada hasil temuan penelitian ini, sesuai dengan kerangka kerja berdasarkan Teori *Resouces Based View*. Teori *Resouces Based View* sebagai *sustained competitive advantage*, yakni penggunaan dan pengembangan sumber daya tertentu untuk mendapatkan keuntungan kompetitif jangka pendek dan kemudian mempertahankannya. Menurut Grant (1991) kunci dari dari teori *Resouces Based View* adalah pemahaman atas hubungan antara sumber daya, kemampuan, keunggulan kompetitif dan profitabilitas secara khusus sehingga keunggulan kompetitif dapat dipertahankan.Hal ini Karen Russo dan Fouts (1997) menjelaskan teori *Resource-Based View* yang melandasi analisis *Brand Image* dan CSR karena secara eksplisit mengakui pentingnya sumber daya tak berwujud seperti reputasi, budaya perusahaan danteknologi. Maka dari itu, dari hasil temuan pada strategi implementasi program CSR Djarum Beasiswa Plus. Bahwa PT. Djarum telah memahahami bahwa sumber daya yang meraka miliki bisa dimanfaatkan dan mengoptimalkan keunikan konsep program dengan menguatkan *stakeholder* atau karyawan perusahaan, hususnya pada bidang tersbut, temuan strategi disisni dikonfirmasikan dengan kerangka kerja berdasarkan *Resouces Based View* tersebut yakni:

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



Gambar 1 : kerangka kerja analisis strategi CSR Djarum Beasiswa plus

1. *Owner Philosophies*

   PT. Djarum merupakan perusahaan rokok milik keluarga yang belum melepas saham ke publik. Dengan kepemilikan keluarga segala keputusan dan kebijakan yang diambil oleh management CSR Djarum Beasiswa Plus tentu tidak lepas dari peran serta pemilik. Semua berangkat dari filosofi perusahaan oleh para pendiri Djarum yaitu "Keakraban dengan Masyarakat". hal ini didukung oleh komitmen tinggi pemilik dan management untuk terus fokus dan mengembangkan kebijakan CSR Djarum Beasiswa Plus yang diambil. Semua kegiatan CSR Djarum Beasiswa Plus selalu dupayakan berawal dari internal perusahaan yaitu dilingkup karyawan Djarum sendiri. Jika kegiatan dilingkup internal ini sudah berhasil, sesuai komitmen yang dibentuk kegiatan ini akan diperluas kepada masyarakat umum.

2. *Resouces*

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

Sesuai penjelasan Henry (2011), sumber daya yang dibutuhkan perusahaan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang dapat dibagi dua menjadi *tangible resources dan intangible resources.*Yakni sumber daya fisik dan sumber daya non fisik.Jadi dengan selain membarikan uang maka PT. Djarum juga memberikan segala sarana dan prasara pada setiap kegiatan, hal ini sesuai dengan hasil temuan yang dipaparkan diatas. Bentuk *Resouces* inilah yang menjadi suatu yang sulit untuk ditiru oleh kompetitornya.

3. *Selecting sektor* CSR

Kunci utama strategi perusahaan agar mencapai *survival* adalah mempunyai ciri unik dan berbeda dari peruahaan lain. Hal ini juga disadari *Djarum Foundation* dalam mencarai celah strategi CSR mereka. Tentunya hal ini juga didasari dengan evaluasi sumber daya internal yang mereka miliki.Dalam hal konsep Djarum beasiswa plus juga memiliki perbedaan yang luar biasa

4. *Strong internal* CSR

Sesuai dengan tulisan Bolton, O'Gormon and Kim (2011) dalam "*Corporate Sosial Responsibility as a Dynamic Internal Organization Process: A Case Study"*, Bahwa process CSR seharusnya dimulai dari sisi internal perusahaan dengan karyawan. Hal ini didasari pemahaman karyawan sebagai salah satu pemangku krusial bagi organisasi (Freeman, 1984). Hal ini disadari penuh oleh Djarum dalam melaksanakan aktivitas CSR mereka. .

5. *Comunication Strategy Eksternal CSR*

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

Salah satu cara untuk mengkomunikasikan kegiatan CSR Djarum Beasiswa Plus *PT. Djarum* adalah melalui Report CSR (Golob abd Bartlet, 2007). Report CSR ini dapat bersifat mutlak, wajib jika diminta dan juga sukarela (Van Der Laan, 2004: Woordward, Edward & Birkin , 1996). Strategi komunikasi eksternal PT. Djarum sesuai dengan teori *Integrated Marketing Communication* yang terdiri dari *advertising, direct marketing, internet marketing, personal seling, sales promotion dan public relations/publicity.* Namun dalam temuan diatas dijabarkan lebih rinci perkegiatan.

6. *Legitimasi untuk perusahaan*

Sedangkan bentuk perolehan legitimasi yakni penerimaan eksistensi perusahaan ditengah mayarakat dari mahasiswa, hal ini merupakan bentuk kesuksesan *Djarum Foundation* dalam strategi impementasi dan komunikasi sehingga bisa membentuk *Unique of brand acosiation* dari rogram Djarum Beasiswa Plus, sehingga membentuk *brand image* melalui perbedaan konsep yakni bukan hanya memberikan dana beasiswa tapi juga *training* kemampuan *Soft skill,* tidak cukup sampai disitu semua dimaksimalkan melalui bentuk dukungan pengoptimalan sumber daya fisik dan non fisik, pengoptimalan *stakeholder internal, selecting sector* CSR dan strategi komunikasi CSR hal ini merupakan satu kesatuan yang merupakan bentuk stimulus dari perusahaan untuk mendapatkan citra positif dimata masyarakat. sesuai dengan teori citra yang dikemukakan oleh Andreassen dan Lindestad pada tahun 1997 yang menjelaskan tentang teori citra perusahaan yakni citra perusahaan merupakan

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

penilaian yang menyeluruh terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang positif akan memberi dampak yang positif pula bagi perusahaan, yakni perolehan legitimasi dari Beswan Djarum, baik dari kognitif, moral dan *primacy legitimacy*.

C. *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* DALAM SUDUT PANDANG ISLAM

Sebuah perusahaan mempunyai Tanggung jawab yang besar dalam keberlanjutan hubungan dengan elemen elemen lain. Seperti halnya tanggung jawab perusahaan dengan para pekerjanya, tanggung jawab perusahaan dengan lingkunganya maupun tanggung jawab perusahaan dengan masyarakat luas. Islam telah mengatur mekanisme dalam berhubungan antar sesama mahluk hidup dengan aturan aturan yang baik. Termasuk aturan tentang berbisnis. Islam mengenal Filantropi sebagai bentuk kedermawanan dari masyarakat, perusahaan swasta, pemerintah maupun lembaga lainya.[128]

Kedermawanan dibagi dalam dua kategori personal maupun kolektif, individu ataupun kelompok. Contoh Filantropi secara personal dalam kehidupan sehari-hari adalah member shodaqoh kepada orang orang yang membutuhkan secara inisiatif pribadi. Contoh Filantropi secara kolektif yaitu dengan meberdayakan sebuah komunitas atau membantu kebutuhan sseorang dalam hal pendidikan, agar mendapatkan pendidikan yang lebih baik seperti yang dilakukan PT. Djarum melalui Djarum bakti pendidikan, Djarum Beasiswa Plus.

[128]Pusat Bahasa dan Budaya UIN Syarif Hidayatulloh, *Berderma untuk semua wacana dan praktik Filantropi,* (Jakarta: Teraju, 2003), hlm. 206

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

Alloh mengatur Filatropi atau tanggung jawab manusia dengan manusia lainya dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqoroh ayat 267 yang berbunyi:

يَاأَيُّهَاالَّذِينَآمَنُوا أَنْفِقُوامِنْطَيِّبَاتِمَاكَسَبْتُمْوَمِمَّاأَخْرَجْنَالَكُمْمِنَالْأَرْضِوَلَاتَيَمَّمُواالْخَبِيثَمِنْهُتُنْفِقُونَوَلَسْتُمْبِآخِذِيهِإِلَّاأَنْتُغْمِضُوافِيهِوَاعْلَمُوا أَنَّاللَّهَغَنِيٌّحَمِيدٌ(267)

> *Hai orang-orang yang beriman! Infakanlah sebagian hasil usahamu yang baik baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tiak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhaapnya. Dan ketahuilah, bahwa Alloh maha kaya lagi maha terpuji.* (QS. Al. Baqoroh : 267)[129]

Disebutkan dalam hadis ath Thabrani, yang artinya:

> *"Bentengilah hartamu dengan zakat, obati orang orang sakit (dari kalanganmu) dengan bersedekah, dan persiapkan doa untuk menghadapi datangnya bercana."* (HR. Ath-Thabrani)[130]

Corporate Social Responsibility jika dikaitkan dengan syari'ah atau hukum islam merupakan konsekuensi dari zakat dan shodaqoh, merupakan hukum islam yang termasuk dalam entitas hukum dilakukan oleh umat islam. Zakat bersifat mutlak atau wajib dilaksanakan dan bila dilaksanakan akan memperoleh *reward* yakni berupa amalan yang akan mendapat pahala. Sedangkan shodaqoh bersifat tidak mutlak atau biasa disebut sunnah atau amalan yang jika diamalkan atau dilakukan akan mendapat pahala, jika tidak dilaksanakan maka tidak mendapat

---

[129] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Special For Woman* (Bandung: Sygma, 2007) Al. Baqoroh (2): 267

[130] Taufiqurrahman, SQ. *PANTAU Pantun Tausiyah Semakin Cinta Semakin Taat.* (Tanggerang selatan: Haqienah Media, 2014). hlm. 14

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

hukuman maupun ganjaran, dalam CSR sisebut *volunteering*. Kedua entitas hukum islam ini memiliki energy atau semangat yang sama dengan *Corporate social responsibility* akan mendapat efek domino dari masyarakat, yakni *license to operation* image perusahaan menjadi baik dan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan dan bersifat jangka panjang. Jika tidak melaksaakan maka efeknya adalah perlakuan atau pandangan negative yang diperoleh dari masyarakat. melihat konsep seperti ini, *corporate social responsibility* terjebak anatara zakat dan shodaqoh atau antara wajib atau *volunteering.*

Islam mengajarkan 2 prinsip utama dalam menjalani hidup. Pertama tidak dibenarkan mengeksploitasi orang lain. Kedua, tidak dibenarkan seseorang memisahkan diri dari orang lain dengan tujuan untuk membatasi kegiatan social ekonomi dikalangan mereka. Karena seorang muslim harus mempunyai keyakinan bahwa perekonomian suatu baik individu maupun kelompok akan kembali kepada Alloh SWT.

Jadi dalam hal ini kualitas dan kuantitas harta paling indah adalah jika ia barokah, tak tergantikan dampaknya, berbuh kebaikan, jauhkan dari murka dan buat hidup bahagia dunia dan ahirat. Hal ini merupakan artian harta yang barokah, yakni mendapatkan kebahagiaan dalam hidupnya, sedangkan perusahaan PT. Djarum juga memiliki pandangan yang sama, yakni dengan mengeluarkan dana CSR yang dalam hal ini merupakan salah satu bentuk shodaqoh untuk masyarakat, hal ini karena PT. Djarum memiliki pandangan

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

bahwa CSR merupakan kewajiban bertetangga dengan berbagai untuk mendapatkan posisi ditengah masyarakat.[131]

Dengan adanya CSR perusahan PT. Djarum tidak pernah mendapatkan demo dari masyarakat dari kota kudus terhadap etika bisnis yang perusahaan yang beroperasi, selain itu dari mahasiswa belum pernah ada demo mengenai perusahaan rokok tersebut, dan malah mendapat dukungan pebuh untuk terus menjalankan CSR Djarum Beasswa Plus, hal ini menunjukan bahwa dengan terus menjalankan CSR maka PT. Djarum harus tetap *survive* ditengah masyarakat. hal ini sesuai dengan tafsir hadis tersebut bahwa selain sucikan harta, zakat adalah tangga aktif peningkat barokah harta, layaknya tak ada alasan berpikir ulang untuk zakat.

[131] Ibid.

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