

**PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

**Studi Kasus pada PT DJARUM Kudus**

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Oleh :

**Stevanus Pradibta**

**NIM : 06 2114 108**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN AKUNTANSI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA**

**2012**

**PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

**Studi Kasus pada PT DJARUM Kudus**

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi

Program Studi Akuntansi



Oleh :

**Stevanus Pradibta**

**NIM : 06 2114 108**

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN AKUNTANSI  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA**

**2012**

**Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Pengaruh  
*Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat**

**(Studi kasus pada PT DJARUM KUDUS)**

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Akuntansi

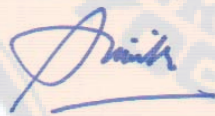
Oleh :

Stevanus Pradibta

NIM: 06 2114 108

Telah disetujui oleh:

Pembimbing



(Dr. Fr. Ninik Yudianti.,M.Acc.,QIA)

Tanggal 2 Februari 2012

**S k r i p s i**

**PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**  
**Studi Kasus pada PT DJARUM Kudus**

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

**Stevanus Pradibta**

NIM: 062114108

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 27 Februari 2012

Dan dinyatakan memenuhi syarat

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Lengkap**

**Tanda Tangan**

Ketua Firma Sulistiyowati, S.E., M.Si., QIA.

Sekretaris Lisia Apriani, S.E., M.Si., Akt., QIA.

Anggota Dr. Fr. Ninik Yudianti, M.Acc., QIA.

Anggota Firma Sulistiyowati, S.E., M.Si., QIA.

Anggota Josephine Wuri, S.E., M.Si.

Yogyakarta, 29 Februari 2012

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan

**Drs. YP. Supardiyono, M.Si., Akt., QIA.**

### MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- *Semangat seorang manusia tidak akan pernah padam ketika ia dikalahkan, namun akan berakhir ketika ia menyerah.*
- *Dunia ini berubah bukan karena orang-orang yang berijazah, melainkan karena orang-orang yang peduli*
- *Bagaimanapun besar masalahku, Tuhan selalu punya cara membuatku menang pada akhirnya.*
- *Sura dira jayaningrat, lebur dening pangestuti.*

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

- **Tuhan Yesus Kristus penyelamat hidupku**
- **Papa dan mamaku tercinta**
- **Adikku yang kusayang**
- **Kekasih dan Sahabat-sahabatku**



UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
FAKULTAS EKONOMI  
Jurusan Akuntansi-Program Studi Akuntansi

---

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 5 Maret 2012 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 6 Maret 2012

Yang membuat pernyataan,

(Stevanus Pradibta)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Sanata Dharma:

Nama : Stevanus Pradibta

NIM : 062114108

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma karya ilmiah saya yang berjudul

**PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

Studi Kasus di PT DJARUM Kudus

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada tanggal: 6 Maret 2012

Yang menyatakan

  
Stevanus Pradibta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Dalam menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat”. Penulis banyak menemukan kesulitan dan hambatan, namun berkat bimbingan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Romo Dr. Ir. P. Wiryono P., S.J., selaku Rektor Universitas Sanata Dharma yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan pengetahuan penulis.
2. Dr. Fr. Ninik Yudianti., M.Acc., Q.I.A., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Drs. Y.P Supardiyono, M.Si., Akt., Q.I.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi
4. Drs. Yusef W.K, M.Si., Akt., Q.I.A., selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

5. Bapak Marwan Iskandar dan Bapak Sukendro, selaku bagian *Public Affair* dan keuangan PT. DJARUM Kudus yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di PT. DJARUM Kudus dan juga membantu penulis melengkapi data penelitian yang dibutuhkan.
6. Papa dan Mama yang telah selalu member nasehat, dukungan baik materiil, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Veverly Widyastuti Palinoan yang selalu memberiku semangat dan kasih sayang dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Andyi, Shinta, Asri, Humdun, Topik, Hugo, Gembus, Apin, Ian, Mbak April, Arif yang memberikan masukan dalam penyusunan skripsi serta kebersamaan selama ini.
9. Teman-teman Tarung Derajat Kang Bernhard, Cinmy, Henry, Kris, Tuttur.
10. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kepada semua pihak dengan kerendahan hati penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan

Yogyakarta, 7 Februari 2012

Penulis

Stevanus Pradibta

## DAFTAR ISI

|                                              | Halaman |
|----------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL.....                           | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....         | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                      | iii     |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                    | iv      |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS..... | v       |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....           | vi      |
| HALAMAN KATA PENGANTAR.....                  | vii     |
| HALAMAN DAFTAR ISI .....                     | ix      |
| HALAMAN DAFTAR TABEL .....                   | xii     |
| ABSTRAK .....                                | xiii    |
| ABSTRACT.....                                | xiv     |
| Bab I. PENDAHULUAN.....                      | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah.....               | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....                     | 5       |
| C. Tujuan Penelitian.....                    | 5       |
| D. Batasan Masalah.....                      | 5       |
| E. Manfaat Penelitian.....                   | 5       |
| F. Sistematika Penulisan .....               | 8       |
| Bab II. LANDASAN TEORI.....                  | 8       |
| A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....    | 8       |
| 1. Definisi CSR .....                        | 9       |

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 2. Perkembangan Implementasi CSR.....                   | 10 |
| 3. Model Pelaksanaan CSR Indonesia .....                | 12 |
| 4. Manfaat Melakukan CSR.....                           | 15 |
| B. Laba.....                                            | 15 |
| 1. Definisi Laba .....                                  | 15 |
| 2. Tujuan Pelaporan Laba.....                           | 18 |
| 3. Model Pelaksanaan CSR Indonesia .....                | 19 |
| C. Kesejahteraan Masyarakat.....                        | 19 |
| 1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat .....            | 19 |
| 2. Pengembangan Karakter .....                          | 22 |
| 3. Pengaruh Laba Terhadap CSR .....                     | 24 |
| 4. Hubungan CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat ..... | 27 |
| Bab III.METODE PENELITIAN .....                         | 29 |
| A. Jenis Penelitian.....                                | 29 |
| B. Subjek dan objek Penelitian.....                     | 29 |
| C. Populasi dan Sampel .....                            | 29 |
| D. Tempat dan Waktu Penelitian.....                     | 30 |
| E. Jenis Data .....                                     | 30 |
| F. Teknik Pengumpulan Data.....                         | 31 |
| G. Tehnik Pengambilan Sampel .....                      | 31 |
| H. Teknik Analisis Data.....                            | 32 |
| Bab IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....                   | 34 |
| A. Sejarah Perusahaan.....                              | 34 |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| B. Visi dan Misi Perusahaan.....                                | 35 |
| C. Struktur Organisasi .....                                    | 35 |
| D. CSR PT DJARUM .....                                          | 38 |
| E. Bentuk Program CSR.....                                      | 40 |
| Bab V. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....                        | 48 |
| A. Deskripsi Data.....                                          | 48 |
| B. Deskripsi CSR Djarum Bakti Pendidikan.....                   | 50 |
| C. Pengaruh Laba Terhadap CSR.....                              | 52 |
| D. Deskripsi Masyarakat Penerima CSR .....                      | 54 |
| E. Deskripsi Implementasi Program CSR Bidang Pendidikan.....    | 56 |
| F. Deskripsi Variabel Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat..... | 61 |
| G. Pengaruh CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat.....          | 65 |
| Bab VI.KESIMPULAN DAN SARAN .....                               | 66 |
| A. Kesimpulan .....                                             | 66 |
| B. Saran.....                                                   | 67 |
| Daftar Pustaka .....                                            | 68 |
| Lampiran .....                                                  | 70 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                       | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 5.1 Market share 5 perusahaan rokok terbesar di Indonesia ..... | 48      |
| Tabel 5.2 Alokasi dana CSR Pendidikan PT DJARUM .....                 | 52      |
| Tabel 5.3 Jenis kelamin penerima CSR Pendidikan PT DJARUM .....       | 54      |
| Tabel 5.4 Perguruan Tinggi penerima CSR Pendidikan PT DJARUM .....    | 54      |
| Tabel 5.5 Agama penerima CSR Pendidikan PT DJARUM .....               | 54      |
| Tabel 5.6 Uang saku rata-rata perbulan sebelum menerima CSR .....     | 55      |
| Tabel 5.7 Uang saku rata-rata perbulan setelah menerima CSR .....     | 56      |
| Tabel 5.8 Indikator kesejahteraan masyarakat .....                    | 61      |

## ABSTRAK

### PENGARUH LABA TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

(Studi Kasus Pada PT DJARUM Kudus)

Stevanus Pradibta  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2012

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan membuktikan apakah laba mempengaruhi dana CSR perusahaan dan apakah program CSR perusahaan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat penerima CSR. Latar belakang penelitian ini adalah dalam menjalankan usahanya, perusahaan berorientasi pada laba serta keberlangsungan usahanya. Usaha untuk mencapai keberlangsungan usaha ini, perusahaan haruslah menjalin hubungan baik serta meningkatkan citra positif perusahaan dengan masyarakat, sehingga perusahaan diwajibkan memperhatikan masalah sosial dan lingkungan melalui program CSR perusahaan. Dalam menjalankan program CSR tersebut, masih terdapat program yang kurang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat serta lingkungan sekitar (seperti : pemberian sumbangan yang besar kepada masyarakat agar perusahaan dapat membuang limbah di daerah tersebut ) sehingga terkadang belum memiliki pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dan data eksternal perusahaan yang dipublikasikan. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif analitis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara laba bersih dan CSR perusahaan dan sebanyak 93,93% penerima program CSR mengalami peningkatan kesejahteraan hidup setelah menerima CSR PT DJARUM.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EARNING TOWARD CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY AND THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TOWARD THE SOCIETY'S WELFARE  
(a case study of PT. DJARUM Kudus)

Stevanus Pradibta  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2012

The aim of the research was to know and to prove whether earning influenced CSR budget of the corporate and whether CSR program of the corporate influenced the welfare of the society receiving CSR. The background of the research is that in running its business, the corporate focus on profit and also the sustainability of its business. The effort to achieve the sustainability of the business is the corporate should have a good relationship and also improve the positive image of the corporate with the society, so the corporate should give attention on social and environmental problem through CSR program of the corporate. In running the CSR program, there are some inappropriate programs with the need society of and environment (example : the corporate gives money to society in order to be able to dispose wastein surrounding society) so those programs sometimes do not have influence in improving the society's welfare

The type of the research was study case. The data were taken by interview and published external data of the corporate. The data analysis technique used was descriptive analysis.

The result of the research showed that there was influence of gain on CSR of the corporate and 93,93% receivers of CSR program got improvement in their welfare after receiving CSR from PT. DJARUM.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam menjalankan bisnis dan usahanya, perusahaan berorientasi pada bagaimana untuk menjual produk sebanyak-banyaknya sehingga perusahaan dapat menghasilkan laba. Laba merupakan salah satu faktor penting yang digunakan dalam pengukuran kinerja perusahaan, informasi mengenai pengungkapan laba juga digunakan dalam pengambilan keputusan. Seiring dengan perkembangan dalam dunia ekonomi, perusahaan dituntut untuk tidak hanya bagaimana menghasilkan laba yang tinggi tetapi juga perusahaan haruslah memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi masyarakat agar keberadaan perusahaan tersebut dapat diterima di tengah masyarakat. . Perusahaan menyadari bahwa masyarakat memiliki pengaruh yang besar terhadap keberadaan dan keberlangsungan hidup perusahaan, . Keberadaan perusahaan di tengah masyarakat diharapkan dapat membawa perubahan yang besar bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat. Melihat perkembangan tersebut banyak sekali perusahaan dan organisasi berusaha untuk membangun citra yang positif kepada masyarakat dengan mengadakan suatu kegiatan sosial yang ditujukan kepada masyarakat. Hal ini dilakukan agar terjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat. Kontribusi yang baik antara perusahaan dan masyarakat dapat menentukan keberhasilan

perusahaan itu sendiri semakin baik citra perusahaan di mata masyarakat maka akan berdampak pada keberlangsungan usaha perusahaan tersebut.

Tresnawati (2003) Beberapa kunci keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan di dalam dunia usaha adalah laba dan keberlangsungan usaha tersebut. Suatu perusahaan dikatakan memiliki laba yang tinggi apabila tingkat penjualan produknya di dalam pasar semakin meningkat, dengan demikian nilai investasi yang ditanamkan para investor semakin meningkat pula. Sedangkan kunci utama dalam pencapaian keberlangsungan adalah adanya penerimaan publik akan kehadiran perusahaan tersebut. Penerimaan masyarakat merupakan salah satu aspek yang dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan karena penerimaan masyarakat berarti masyarakat memiliki kepercayaan terhadap perusahaan tersebut dan produk yang dihasilkan sehingga masyarakat akan mengkonsumsi produk perusahaan tersebut.

Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi yang saling menguntungkan antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan ke arah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan dan dari aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Jika

masyarakat menganggap perusahaan tidak memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya serta tidak memberikan kontribusi secara langsung maka akan menimbulkan gejolak sosial pada masyarakat.

Usaha yang dilakukan perusahaan dalam menarik perhatian masyarakat dalam menerima keberadaan usahanya, dilakukan dengan kepedulian serta memberikan tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Bentuk tanggung jawab tersebut tidak hanya berupa keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial seperti mendanai kegiatan masyarakat, tetapi juga dalam bentuk suatu pengintegrasian kegiatan bisnis dan operasional dengan aspek sosial seperti penetapan kode etik karyawan dan manajemen dalam perusahaan, publikasi dan promosi produk di media masa yang menghormati norma-norma setempat yang berlaku.

Untuk mencapai keberlangsungan, lahirlah suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan suatu konsep yang menyelaraskan aspek bisnis dan sosial agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders*, serta dapat mencapai tingkat laba yang maksimum sehingga dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan.

CSR adalah kesadaran baru dari dunia usaha bahwa perusahaan tidak hidup dalam lingkungan yang tersendiri yang bebas dari pengaruh perubahan sosial budaya dan nilai-nilai yang dianut masyarakat di sekitarnya. Salah satu perubahan nilai tersebut adalah makin meningkatnya kesadaran masyarakat global akan pentingnya penyelamatan lingkungan hidup, pembangunan

berkelanjutan, praktik bisnis yang adil, penghormatan pada HAM, hukum dan etika. Meningkatnya kepedulian dan kesadaran baru tersebut sebagai hal yang biasa dalam perubahan sosial, tetapi bagi perusahaan muncul kebutuhan untuk memperhatikan kepentingan mereka dalam konteks kehadiran perusahaan dengan segala aktivitasnya.

Penelitian Nazir et al. (2009) membuktikan bahwa perilaku perusahaan sangat bergantung pada kondisi sosial kerja dan keterlibatan masyarakat. Dalam penelitiannya perusahaan yang menjalankan CSR memiliki laju tingkat profitabilitas yang tinggi serta keberlangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Dalam hal ini CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba perusahaan. Melalui laba ini seharusnya perusahaan lebih meningkatkan dana untuk program-program CSR, agar manfaat jangka panjang dapat segera tercapai. Praktik CSR didalam dunia usaha banyak mendatangkan dampak yang positif terhadap masyarakat, seperti: peningkatan taraf hidup, kualitas sumber daya masyarakat serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian Mapisangka (2009) membuktikan bahwa CSR yang dijalankan perusahaan memberikan pengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat. Hal ini dikarenakan oleh strategi perusahaan dalam implementasi CSR perusahaan merupakan respon atas kebutuhan riil masyarakat atas pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk meneliti :

Apakah terdapat pengaruh laba terhadap CSR dan pengaruh CSR terhadap kesejahteraan masyarakat?

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah laba memiliki pengaruh terhadap alokasi dana program *corporate social responsibility* perusahaan?
2. Apakah program *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat penerima program *corporate social responsibility* perusahaan?

**C. Batasan Masalah**

PT DJARUM memiliki 8 program *corporate social responsibility* yaitu : bidang lingkungan hidup, pendidikan, agama, kesehatan, sosial budaya, olahraga dan kemitraan. Penelitian ini hanya meneliti program *corporate social responsibility* PT. DJARUM Kudus di bidang pendidikan tahun 2010-2011 di Yogyakarta.

**D. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui dan membuktikan melalui studi kasus apakah laba memiliki pengaruh terhadap nilai *corporate social responsibility* perusahaan.
2. Mengetahui dan membuktikan apakah *corporate social responsibility* perusahaan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat penerima program *corporate social responsibility*.

## **E. Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengimplementasikan program CSR perusahaan.

### **2. Bagi Universitas**

Penelitian ini dapat menjadi koleksi karya tulis dan menjadi bahan penelitian selanjutnya khususnya penelitian dengan fokus kajian yang sama.

### **3. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan penulis, memperdalam pemahaman penulis dan mengembangkan kemampuan berpikir analisis dan kritis terhadap masalah yang ada, serta dapat mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh.

### **4. Sistematika Penulisan**

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 6 bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang sesuai dengan topik penelitian yang dilakukan penulis. Teori-teori tersebut dapat dijadikan sebagai dasar dan landasan dalam melakukan penelitian.

## BAB III: METODA PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang obyek penelitian, populasi, dan sampel penelitian, tehnik pengumpulan data dan tehnik analisis data.

## BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum PT DJARUM

## BAB V: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini dijelaskan mengenai analisis data pembahasan hasil penelitian yang diperoleh.

## BAB VI: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh, keterbatasan dalam penelitian dan saran-saran yang dianggap perlu.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Arkanti (2008) Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomis. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial perusahaan, maksudnya adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis. Hal itu bisa terjadi dengan dua cara yaitu cara positif dan negatif. Secara positif, perusahaan bisa melakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis dan semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat atau salah satu kelompok di dalamnya. Contohnya menyelenggarakan pelatihan keterampilan untuk penganggur. Kegiatan seperti itu hanya mengeluarkan dana dan tidak mendapat sesuatu kembali. Tujuannya semata-mata sosial dan sama sekali tidak ada maksud ekonomi. Secara negatif, perusahaan bisa menahan diri untuk tidak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu, yang sebenarnya menguntungkan dari segi bisnis tetapi akan merugikan masyarakat atau sebagian masyarakat. Kegiatan-kegiatan itu bisa membawa keuntungan ekonomis, contohnya : memberikan sumbangan dana yang besar kepada masyarakat sekitar agar perusahaan tersebut dapat membuang limbah di daerah tersebut. Tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab moral terhadap masyarakat dimana

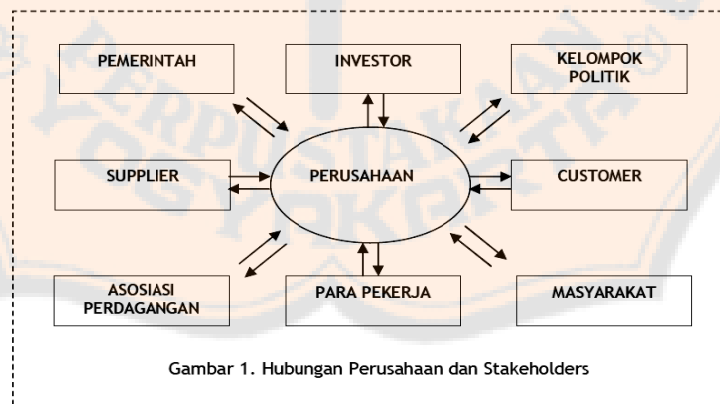
perusahaan menjalankan kegiatannya, baik pada masyarakat dalam arti sempit seperti lingkungan di sekitar sebuah pabrik atau masyarakat luas.

### 1. Definisi CSR

*Corporate social responsibility* merupakan suatu elemen penting dalam kerangka keberlanjutan usaha suatu industri yang mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial budaya. Nuryana, (2005) CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Bila kita telaah lebih dalam, CSR dapat dikatakan sebagai tabungan masa depan bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang diperoleh bukan sekedar dalam bentuk finansial melainkan rasa kepercayaan dari masyarakat sekitar dan *stakeholders* lainnya terhadap perusahaan. Kepercayaan inilah yang sebenarnya menjadi modal dasar agar perusahaan dapat terus melakukan aktivitasnya. Perusahaan yang memperlakukan *stakeholders* mereka dengan baik akan meningkatkan kelompok mereka sebagai suatu bentuk manajemen yang berkualitas.

*Stakeholders* bukan hanya masyarakat dalam arti sempit yaitu masyarakat yang tinggal disekitar lokasi perusahaan melainkan masyarakat dalam arti luas, misalnya pemerintah, investor, elit politik dan lain sebagainya. Bentuk kerjasama yang dibentuk antara perusahaan dan *stakeholders* hendaknya juga merupakan kerjasama yang dapat saling

memberikan kesempatan untuk sama-sama maju dan berkembang. Program-program CSR yang dibuat untuk kesejahteraan masyarakat pada akhirnya akan berbalik arah yaitu memberikan keuntungan kembali bagi perusahaan tersebut. Sebagai contoh hubungan dengan pekerja misalnya, dengan tidak menggunakan pekerja di bawah umur, memperhatikan kesejahteraan pekerja beserta keluarganya, mendukung serikat pekerja dan menghindari hal-hal yang dapat menimbulkan ketidakadilan pada pekerja dapat meningkatkan hubungan antara pekerja dan perusahaan. Dalam hal ini pekerja akan merasa lebih dihargai, nyaman dan hubungannya tidak sekedar dia bekerja menerima upah tetapi dapat menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan. Hal ini akan meningkatkan kinerja dan produktivitas pekerja yang tentu saja akan meningkatkan produktivitas perusahaan. Model kerjasama antara perusahaan dan *stakeholder* dapat digambarkan sebagai berikut:



## 2. Perkembangan Implementasi CSR

Perkembangan pelaksanaan CSR akhir-akhir ini juga mengalami kecenderungan positif dalam upaya pemberdayaan masyarakat, seperti

yang dikemukakan oleh Kottler dan Lee (2008), bahwa telah terjadi pergeseran dalam pendekatan korporasi dalam melaksanakan CSR. Semula CSR dilaksanakan dalam kerangka pendekatan tradisional, dalam hal ini implementasi CSR dianggap hanya sebagai beban. Sekarang telah timbul kesadaran bahwa pelaksanaan CSR merupakan bagian yang menyatu dalam strategi bisnis suatu korporasi, implementasi CSR justru mendukung tujuan-tujuan bisnis inti. Dalam bentuknya yang seperti inilah praktik CSR sebagai sebuah wujud implementasi program dari *community relations* jika ditujukan pada *stakeholder* yang tepat dan dilakukan dengan tepat pula akan dapat menciptakan sebuah kondisi lingkungan yang kondusif bagi perusahaan sehingga kemudian perusahaan akan dapat menjalankan aktivitas bisnisnya dengan lebih baik tanpa adanya hambatan-hambatan yang dapat muncul dari lingkungan sekitar. Berdasarkan pandangan di atas maka pelaksanaan CSR oleh sebuah perusahaan terhadap komunitas lokal sekitarnya dapat dilihat dalam konteks upaya untuk menciptakan *social value* yang bermakna bagi masyarakat dan perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi.

Kasali. (2003), eksistensi hubungan timbal balik antara perusahaan dan komunitas lokal tersebut dapat dilihat sebagai organisme yang saling berinteraksi. Melalui interaksi tersebutlah kemudian dapat tercipta suatu hubungan timbal balik yang didasarkan atas rasa saling pengertian dan saling memberikan keuntungan bagi keduanya. Dalam konteks Indonesia

pada saat ini, tuntutan untuk melaksanakan CSR secara lebih serius semakin mengemuka. Hal tersebut ditandai dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang secara tegas mewajibkan perusahaan-perusahaan untuk menyisihkan bagian tertentu dari laba perusahaan untuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### 3. Model Pelaksanaan CSR Indonesia

Saidi (2004:64-65) model pelaksanaan CSR juga bermacam-macam. Setidaknya terdapat empat model pelaksanaan CSR yang umum digunakan di Indonesia. Keempat model tersebut antara lain:

1. Terlibat langsung. Dalam melaksanakan program CSR, perusahaan melakukannya sendiri tanpa melalui perantara atau pihak lain.
2. Melalui Yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Pada model ini biasanya perusahaan sudah menyediakan dana khusus untuk digunakan secara teratur dalam kegiatan yayasan. Contoh yayasan yang didirikan oleh perusahaan sebagai perantara dalam melakukan CSR antara lain: Danamon Peduli, Sampoerna Foundation, kemudian PT. Astra International yang mendirikan Politeknik Manufaktur Astra dan Unilever peduli Foundation (UPF).

3. Bermitra dengan pihak lain. Dalam menjalankan CSR perusahaan menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti lembaga sosial non pemerintah, lembaga pemerintah, media massa dan organisasi lainnya. Seperti misalnya Bank Rakyat Indonesia yang memiliki program CSR yang terintegrasi dengan strategi perusahaan dan bekerjasama dengan pemerintah mengeluarkan produk pemberian kredit untuk rakyat atau yang dikenal dengan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Contoh lain adalah kerjasama perusahaan dengan lembaga-lembaga sosial seperti Dompot Dhuafa, Palang Merah Indonesia dan lain sebagainya.
4. Mendukung atau bergabung dengan suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

Anonim. (2007) dalam melakukan CSR, tentunya perusahaan memiliki alasan diantaranya adalah:

- a. Alasan Sosial.

Perusahaan melakukan program CSR untuk memenuhi tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Sebagai pihak luar yang beroperasi pada wilayah orang lain perusahaan harus memperhatikan masyarakat sekitarnya. Perusahaan harus ikut serta menjaga kesejahteraan ekonomi masyarakat dan juga menjaga lingkungan dari kerusakan yang ditimbulkan.

b. Alasan Ekonomi.

Motif perusahaan dalam melakukan CSR tetap berujung pada keuntungan. Perusahaan melakukan program CSR untuk menarik simpati masyarakat dengan membangun citra positif bagi perusahaan yang tujuan akhirnya tetap pada peningkatan laba.

c. Alasan Hukum.

CSR dilakukan perusahaan karena ada tuntutan yang jika tidak dilakukan akan dikenai sanksi atau denda dan bukan karena kesadaran perusahaan untuk ikut serta menjaga lingkungan. Akibatnya banyak perusahaan yang melakukan CSR sekedar untuk menghindari sanksi dari pemerintah. Hal ini diperkuat dengan dikeluarkannya Undang-undang PT No. 40 pasal 74 yang isinya mewajibkan pelaksanaan CSR bagi perusahaan-perusahaan yang terkait terhadap SDA dan yang menghasilkan limbah. Adapun isi dari pasal tersebut adalah :

**Ayat 1**, dijelaskan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

**Ayat 2** dijelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajiban.

**Ayat 3** menggariskan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban Pasal 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### **4. Manfaat Melakukan CSR**

Budimanta (2004) apapun alasan atau motif perusahaan melakukan CSR, yang pasti CSR penting dilakukan. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa CSR merupakan tabungan masa depan bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang diperoleh bukan sekedar keuntungan ekonomi tetapi lebih dari itu yaitu keuntungan secara sosial dan lingkungan alam bagi keberlanjutan perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang belum melakukan program CSR mungkin dapat mencontoh perusahaan lain yang telah lebih dulu melakukan program CSR dan menikmati manfaat yang ditimbulkan. Implementasi program CSR bukan hanya untuk mengejar keuntungan ekonomi tapi juga dapat menghindari terjadinya konflik dengan masyarakat dan menjaga keberlanjutan usaha secara konsisten. Sudah saatnya bagi setiap perusahaan maupun instansi untuk memperhatikan CSR karena banyak manfaat positif yang dapat diperoleh dalam pengaplikasiannya.

### **B. Laba**

#### **1. Definisi Laba**

Suwardjono (2008) Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara. Laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanam modalnya, setelah dikurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan penanaman

modal tersebut (termasuk di dalamnya, biaya kesempatan). Sementara itu, laba dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Perbedaan diantara keduanya adalah dalam hal pendefinisian biaya.

Laba merupakan elemen yang paling menjadi perhatian pemakai karena angka laba diharapkan cukup kaya untuk merepresentasi kinerja perusahaan secara keseluruhan. Akan tetapi, teori akuntansi sampai saat ini belum mencapai kemantapan dalam pemaknaan dan pengukuran laba. Oleh karena itu, berbeda dengan elemen statemen keuangan lainnya, pembahasan laba meliputi tiga tataran, yaitu : semantik, sintaktik, dan pragmatik. Dari sudut pandang perekayasa akuntansi, konsep laba dikembangkan untuk memenuhi tujuan menyediakan informasi tentang kinerja perusahaan secara luas. Sementara itu, pemakai informasi mempunyai tujuan yang berbeda-beda. Teori akuntansi laba menghadapi dua pendekatan : satu laba untuk berbagai tujuan atau beda tujuan beda laba. Teori akuntansi diarahkan untuk memformulasi laba dengan pendekatan pertama. Konsep dalam tataran semantik meliputi pemaknaan laba sebagai pengukur kinerja, pengkonfirmasi harapan investor, dan estimator laba ekonomik. Meskipun akuntansi tidak harus dapat mengukur dan menyajikan laba ekonomik, akuntansi paling tidak harus menyediakan informasi laba yang dapat digunakan pemakai untuk mengukur laba ekonomik.

Makna laba secara umum adalah kenaikan kemakmuran dalam suatu periode yang dapat dinikmati (didistribusi atau ditarik) asalkan kemakmuran awal masih tetap dipertahankan. Pengertian semacam ini didasarkan pada konsep pemertahanan kapital. Konsep ini membedakan antara laba dan kapital. Kapital bermakna sebagai sediaan (stock) potensi jasa atau kemakmuran sedangkan laba bermakna aliran (flow) kemakmuran. Dengan konsep pemertahanan kapital dapat dibedakan antara kembalian atas investasi dan pengembalian investasi serta antara transaksi operasi dan transaksi pemilik. Lebih lanjut, laba dapat dipandang sebagai perubahan aset bersih sehingga berbagai dasar penilaian kapital dapat diterapkan. Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempunyai badan usaha selama satu periode, kecuali yang timbul dari pendapatan (revenue) atau investasi pemilik. Pengertian laba secara umum adalah selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu. Laba sering digunakan sebagai suatu dasar untuk pengenaan pajak, kebijakan deviden, pedoman investasi serta pengambilan keputusan dan unsur prediksi.

Dalam teori ekonomi juga dikenal adanya istilah laba, akan tetapi pengertian laba didalam teori ekonomi berbeda dengan pengertian laba menurut akuntansi. Dalam teori ekonomi, para ekonom mengartikan laba sebagai suatu kenaikan dalam kekayaan perusahaan, sedangkan dalam

akuntansi, laba adalah perbedaan pendapatan yang direalisasi dari transaksi yang terjadi pada waktu dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tertentu. Laba atau rugi sering dimanfaatkan sebagai ukuran untuk menilai prestasi perusahaan atau sebagai dasar ukuran penilaian yang lain, seperti laba per lembar saham. Unsur-unsur yang menjadi bagian pembentuk laba adalah pendapatan dan biaya. Dengan mengelompokkan unsur-unsur pendapatan dan biaya, akan dapat diperoleh hasil pengukuran laba yang berbeda antara lain: laba kotor, laba operasional, laba sebelum pajak, dan laba bersih.

Pengukuran laba bukan saja penting untuk menentukan prestasi perusahaan tetapi penting juga sebagai informasi bagi pembagian laba dan penentuan kebijakan investasi. Oleh karena itu, laba menjadi informasi yang dilihat oleh banyak seperti profesi akuntansi, pengusaha, analis keuangan, pemegang saham, ekonom, fiskus, dan sebagainya. Hal ini menyebabkan adanya berbagai definisi untuk laba.

## **2. Tujuan Pelaporan Laba**

Laba merupakan selisih antara pendapatan dan biaya secara akrual. Pengertian seperti ini akan mempermudah di dalam pengukuran dan pelaporan laba secara objektif. Pendefinisian laba seperti ini juga akan lebih bermakna sebagai pengukur kembalian atas investasi daripada sekedar perubahan kas. Berdasarkan pengertian dan cara pengukuran, laba akuntansi diharapkan dapat digunakan sebagai: pengukur efisiensi, pengukur kinerja entitas dan manajemen, dasar penentuan pajak, sarana

alokasi sumber ekonomik, penentuan tarif jasa publik, optimalisasi kontrak utang-piutang, basis kompensasi, motivator dan dasar pembagian dividen.

### 3. Penyajian Laba

Masalah yang dibahas dalam penyajian laba ini lebih difokuskan pada masalah konseptual tentang apa yang disebut laba. Masalah yang erat kaitannya dengan penyajian adalah pemisahan pelaporan pos-pos transaksi operasi dan pos-pos transaksi dengan pemilik (transaksi modal). Pos-pos operasi dalam arti luas (transaksi nonpemilik) pada umumnya dilaporkan melalui statemen laba-rugi, sedangkan pos-pos yang merupakan transaksi modal dilaporkan melalui statemen laba ditahan atau statemen perubahan ekuitas.

## C. Kesejahteraan Masyarakat

### 1. Pengertian kesejahteraan sosial

Kesejahteraan diartikan sebagai “*well-being*” atau kondisi sejahtera. Kesejahteraan bermula dari kata sejahtera, berawalan kata ke dan berakhiran kata an. Sejahtera berarti aman sentosa, makmur, dan selamat, artinya terlepas dari segala macam gangguan dan kesukaran. Sosial adalah dari bahasa inggris yaitu “*social*” yang berarti ramah tamah, senang sekali bergaul, kemasyarakatan. Sosial dari bahasa latin: Socius yang berarti kawan atau teman

Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) melakukan pentahapan dalam keluarga sejahtera dalam Nugraheni (2007):

- a. Keluarga Sejahtera I (KS I), yaitu keluarga-keluarga yang telah dapat memenuhi kebutuhan dasarnya secara minimal, tetapi belum dapat memenuhi kebutuhan sosial psikologisnya (*socio psychological needs*), seperti kebutuhan pendidikan, KB, interaksi dalam keluarga, interaksi dengan lingkungan tempat tinggal dan transportasi.
- b. Keluarga Sejahtera II (KS II), yaitu keluarga-keluarga yang disamping telah dapat memenuhi kebutuhan sosial-psikologisnya, tetapi belum dapat memenuhi kebutuhan pengembangannya (*developmental needs*) seperti kebutuhan untuk menabung dan memperoleh informasi.
- c. Keluarga Sejahtera III (KS III), yaitu keluarga-keluarga yang telah dapat memenuhi kebutuhan dasar, sosial-psikologis dan pengembangan keluarganya, tetapi belum dapat memberikan sumbangan yang teratur bagi masyarakat, seperti sumbangan materi, dan berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan.
- d. Keluarga Sejahtera III Plus (KS III Plus), yaitu keluarga-keluarga yang telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan dasar, sosial psikologis dan pengembangan serta telah dapat memberikan sumbangan yang teratur dan berperan aktif dalam kegiatan kemasyarakatan.

Sumarnonugroho (1982) istilah sosial mempunyai arti yang berbeda, sosial diartikan sebagai suatu indikasi daripada kehidupan bersama makhluk manusia, umpamanya dalam kebersamaan rasa, berfikir, bertindak dan dalam hubungan antar manusia. Secara umum kesejahteraan sosial yaitu suatu keadaan terpenuhinya segala bentuk kebutuhan hidup,

khususnya yang bersifat mendasar seperti makanan, pakaian, perumahan, pendidikan dan perawatan kesehatan.

Tata kehidupan dan penghidupan sosial, material maupun spritual yang diliputi rasa keselamatan, kesusilaan, dan ketentraman lahir dan batin, yang memungkinkan setiap warga negara untuk mengadakan usaha pemenuhan kebutuhan-kebutuhan jasmaniah, rohaniah dan sosial yang sebaik-baiknya bagi diri, keluarga, serta masyarakat dengan menjunjung tinggi hak-hak atau kewajiban manusia sesuai dengan pancasila. Menurut PBB, kesejahteraan sosial adalah suatu kegiatan yang terorganisasi dalam tujuan membantu penyesuaian timbal balik antara individu-individu dengan lingkungan sosial mereka.

Kesejahteraan sosial sebagai suatu bidang usaha manusia, dimana di dalamnya terdapat berbagai macam badan atau usaha sosial yang tujuannya meningkatkan kesejahteraan dari segi sosial pada bidang-bidang kehidupan keluarga dan anak, kesehatan, penyesuaian sosial, waktu senggang, standar-standar kehidupan dan hubungan-hubungan sosial. Pengertian kesejahteraan sosial juga merujuk pada segenap aktivitas pengorganisasian dan pendistribusian pelayanan sosial bagi kelompok masyarakat, terutama kelompok yang kurang beruntung.

## 2. Pengembangan Karakter Sebagai Bentuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Bidang Pendidikan.

Kementerian Pendidikan Nasional (2010) pengembangan atau pembentukan karakter diyakini perlu dan penting untuk dilakukan oleh sekolah untuk menjadi pijakan dalam penyelenggaraan pendidikan karakter di sekolah. Tujuan pendidikan karakter pada dasarnya adalah mendorong lahirnya anak-anak yang baik. Tumbuh dan berkembangnya karakter yang baik akan mendorong peserta didik tumbuh dengan kapasitas dan komitmennya untuk melakukan berbagai hal yang terbaik dan melakukan segalanya dengan benar dan memiliki tujuan hidup.

Karakter dikembangkan melalui tahap pengetahuan (*knowing*), pelaksanaan (*acting*), dan kebiasaan (*habit*). Karakter tidak terbatas pada pengetahuan saja. Seseorang yang memiliki pengetahuan kebaikan belum tentu mampu bertindak sesuai dengan pengetahuannya, jika tidak terlatih (menjadi kebiasaan) untuk melakukan kebaikan tersebut. Karakter juga menjangkau wilayah emosi dan kebiasaan diri.

Dengan demikian diperlukan tiga komponen karakter yang baik yaitu :

- 1) *moral knowing (pengetahuan tentang moral)*,
- 2) *moral feeling (penguatan emosi) tentang moral*,
- 3) *moral action (perbuatan bermoral)*. Hal ini diperlukan agar peserta didik yang terlibat dalam sistem pendidikan tersebut sekaligus dapat memahami, merasakan, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai kebajikan (moral).

Dimensi-dimensi yang termasuk dalam *moral knowing* adalah :

- 1) Kesadaran moral (*moral awareness*)
- 2) Pengetahuan tentang nilai-nilai moral (*knowing moral values*)
- 3) Penentuan sudut pandang (*perspective taking*)
- 4) Logika Moral (*moral reasoning*)
- 5) Keberanian Mengambil Sikap (*decision making*)
- 6) Pengenalan Diri (*self knowledge*)

*Moral feeling* merupakan penguatan aspek emosi peserta didik untuk menjadi manusia berkarakter. Penguatan ini berkaitan dengan bentuk-bentuk sikap yang harus dirasakan oleh peserta didik, yaitu kesadaran akan jati diri (*conscience*), percaya diri (*self esteem*), kepekaan terhadap derita orang lain (*emphaty*), cinta kebenaran (*loving the good*), pengendalian diri (*self control*), kerendahan hati (*humility*). *Moral action* merupakan perbuatan atau tindakan moral yang merupakan hasil (*outcome*) dari dua komponen karakter lainnya. Untuk memahami apa yang mendorong seseorang dalam perbuatan yang baik (*act morally*) maka harus dilihat tiga aspek lain dari karakter yaitu kompetensi (*competence*), keinginan (*will*), dan kebiasaan (*habit*).

Pengembangan karakter dalam suatu sistem pendidikan adalah keterkaitan antara komponen-komponen karakter yang mengandung nilai-nilai perilaku, yang dapat dilakukan atau bertindak secara bertahap dan saling berhubungan antara pengetahuan nilai-nilai perilaku dengan sikap

atau emosi yang kuat untuk melaksanakannya, baik terhadap dirinya, sesama, lingkungan, bangsa dan negara serta dunia internasional.

Kebiasaan berbuat baik tidak selalu menjamin bahwa manusia yang telah terbiasa tersebut secara sadar menghargai pentingnya nilai karakter (*valuing*). Karena mungkin saja perbuatannya tersebut dilandasi oleh rasa takut untuk berbuat salah, bukan karena tingginya penghargaan akan nilai itu. Misalnya ketika seseorang berbuat jujur hal itu dilakukan karena dinilai oleh orang lain, bukan karena keinginannya yang tulus untuk mengharagi nilai kejujuran itu sendiri. Oleh karena itu dalam pendidikan karakter diperlukan juga aspek perasaan (*domain affection* atau *emosi*). Komponen ini dalam pendidikan karakter disebut dengan “*desiring the good*” atau keinginan untuk berbuat kebaikan. Pendidikan karakter yang baik dengan demikian harus melibatkan bukan saja aspek “*knowing the good*” (*moral knowing*), tetapi juga “*desiring the good*” atau “*loving the good*” (*moral feeling*), dan “*acting the good*” (*moral action*). Tanpa itu semua manusia akan sama seperti robot yang terindoktrinasi oleh sesuatu paham.

### 3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Nuryana (2005) CSR dapat dikatakan sebagai parameter kedekatan era kebangkitan masyarakat. Maka dari itu, sudah seharusnya CSR tidak hanya bergerak dalam aspek *philantropy* (yakni dorongan

kemanusiaan yang biasanya bersumber dari norma dan etika universal untuk menolong sesama dan memperjuangkan pemerataan sosial) maupun level strategi, melainkan harus merambat naik naik ke tingkat kebijakan yang lebih makro dan riil.

Dunia usaha harus dapat mencontoh perusahaan-perusahaan yang telah terlebih dahulu melaksanakan program CSR sebagai salah satu *policy* dari manajemen perusahaan. PT. Bogasari, misalnya memiliki program CSR yang terintegrasi dengan strategi perusahaan, melalui pendampingan para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis terigu. Seperti yang telah kita ketahui, jika mereka adalah konsumen utama dari produk perusahaan ini. Demikian juga dengan PT. Unilever yang memiliki program CSR berupa pendampingan terhadap petani kedelai. Bagi kepentingan petani, adanya program CSR ini berperan dalam meningkatkan kualitas produksi, sekaligus menjamin kelancaran distribusi. Sedangkan bagi Unilever sendiri, hal ini akan menjamin pasokan bahan baku untuk setiap produksi mereka yang berbasis kedelai, seperti kecap Bango, yang telah menjadi salah satu andalan produknya. Ada kalanya program CSR perusahaan tidak mesti harus berada pada tingkat produsen dan pengembangan produk, tetapi dapat mencakup aspek-aspek lain, semisal pendidikan dan pelatihan, serta konservasi. Poin yang pertama, akhir-akhir ini seakan-akan sedang menjadi tren di dunia usaha. Banyak perusahaan yang memilih program CSR di bidang edukasi. Program seperti ini kebanyakan memfokuskan pada edukasi bagi generasi

mendatang, pengembangan kewirausahaan, pendidikan finansial, maupun pelatihan-pelatihan. PT. Astra International Tbk, misalnya, telah membentuk Politeknik Manufaktur Astra, yang menelan dana puluhan milyar. Selain itu, ada juga program dari HM Sampoerna untuk mengembangkan pendidikan melalui *Sampoerna Foundation*, untuk program ini, Sampoerna sendiri telah mengucurkan dana tak kurang dari 47 miliar.

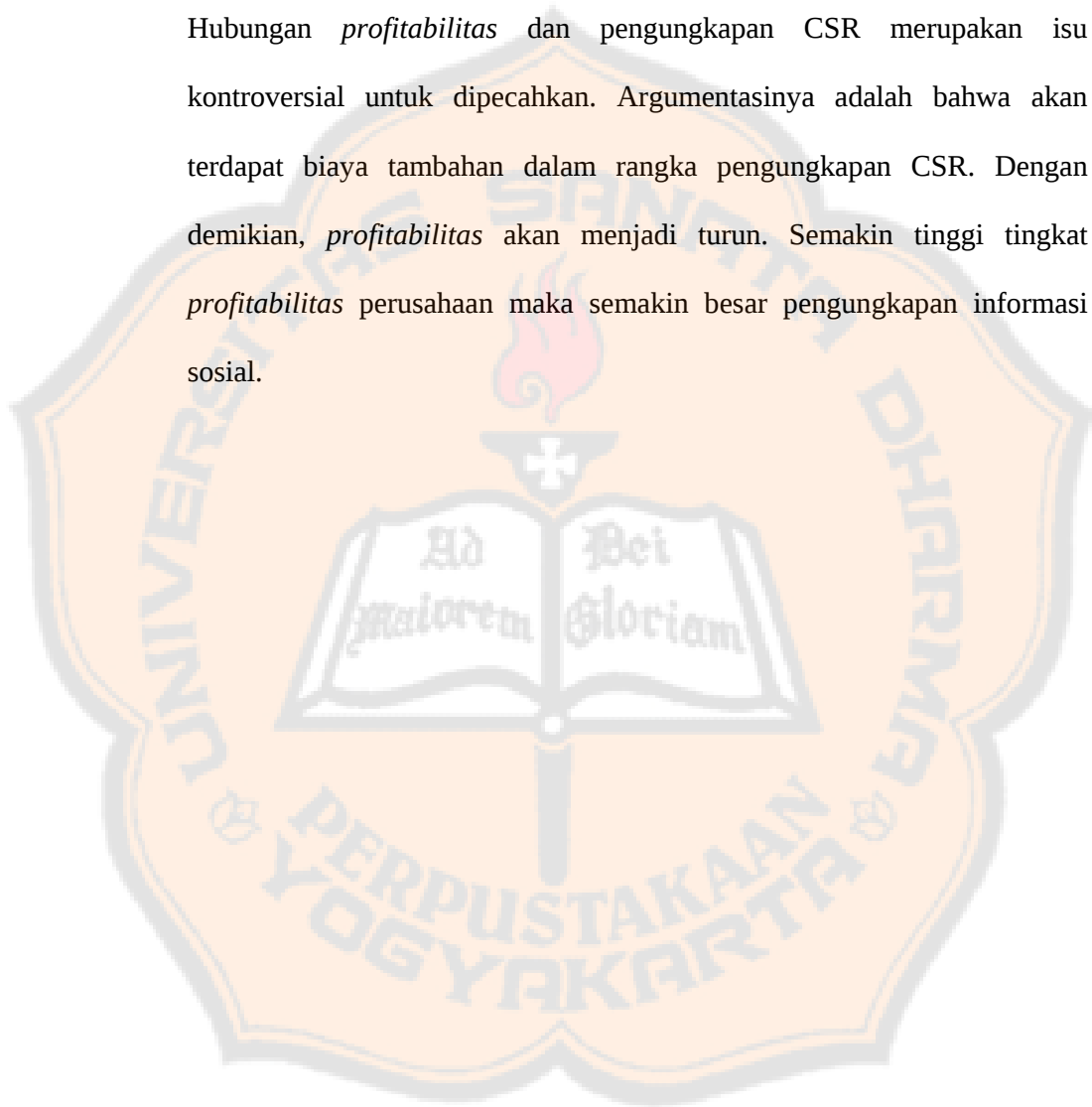
Program CSR yang berkelanjutan diharapkan dapat membantu menciptakan kehidupan dimasyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut, sesuai dengan kemampuannya. Di dalam masyarakat terdapat Stratifikasi sosial dimana stratifikasi sosial itu dibutuhkan masyarakat demi kelangsungan hidup yang membutuhkan berbagai jenis pekerjaan. Tanpa adanya stratifikasi sosial, masyarakat tidak akan terangsang untuk menekuni pekerjaan-pekerjaan sulit atau pekerjaan yang membutuhkan proses belajar yang lama dan mahal. Agar masyarakat dapat memiliki modal untuk merubah stratifikasi, maka perlu ada pemberdayaan bagi masyarakat agar mereka sadar dan bangkit dari keterpurukan.

#### 4. Hubungan Laba dan *Corporate Social Responsibility*

Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya bagi kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan secara berkelanjutan berdasarkan prosedur yang tepat dan professional merupakan wujud nyata dari pelaksanaan CSR di Indonesia dalam upaya penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia. Implementasi program-program CSR akan menimbulkan efek lingkaran emas yang akan dinikmati oleh perusahaan dan seluruh *stakeholder*-nya. Melalui CSR, kesejahteraan dan kehidupan sosial ekonomi masyarakat lokal maupun masyarakat luas akan lebih terjamin. Kondisi ini pada gilirannya akan menjamin kelancaran seluruh proses atau aktivitas produksi perusahaan serta pemasaran hasil-hasil produksi perusahaan. Sedangkan terjaganya kelestarian lingkungan dan alam selain menjamin kelancaran proses produksi juga menjamin ketersediaan pasokan bahan baku produksi yang diambil dari alam.

Kesejahteraan masyarakat akan mendorong peningkatan daya beli, sehingga memperkuat daya serap pasar terhadap output perusahaan. Sedangkan kelestarian faktor-faktor produksi serta kelancaran proses produksi yang terjaga akan meningkatkan efisiensi proses produksi. Dua faktor tersebut akan meningkatkan potensi peningkatan laba perusahaan, dan dengan sendirinya meningkatkan kemampuan perusahaan mengalokasikan sebagian dari keuntungannya untuk membiayai berbagai aktivitas CSR di tahun-tahun berikutnya.

Penelitian tentang hubungan *profitabilitas* dengan pengungkapan informasi sosial atau tanggung jawab sosial menunjukkan hasil bahwa antar keduanya tidak ditemukan adanya hubungan (Sembiring, 2003). Hubungan *profitabilitas* dan pengungkapan CSR merupakan isu kontroversial untuk dipecahkan. Argumentasinya adalah bahwa akan terdapat biaya tambahan dalam rangka pengungkapan CSR. Dengan demikian, *profitabilitas* akan menjadi turun. Semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam ini adalah penelitian *explanatory research*. Dimana menurut Masri Singarimbun & Sofian Effendi (1995: 4) *explanatory research* digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

##### B. Subjek dan Objek Penelitian

###### a. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian adalah PT. DJARUM dan program *corporate social responsibility* dibidang pendidikan daerah Yogyakarta tahun 2010-2011

###### b. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti adalah dokumen laporan keuangan tahunan perusahaan, dokumen anggaran CSR dan masyarakat penerima program *corporate social responsibility*.

##### C. Populasi dan Sampel

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriartoro dan Bambang, 1999 : 155). Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat penerima program *social responsibility* PT DJARUM di bidang pendidikan. Sampel adalah bagian dari

populasi (Indriartoro dan Bambang, 1999 : 155). Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kemudahan dalam mengambil sampel.

#### **D. Tempat dan Waktu Penelitian**

1. Tempat Penelitian : PT. DJARUM. Jalan Jend.A. Yani 28 Kudus dan Yogyakarta
2. Waktu Penelitian : Bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2011

#### **E. Jenis Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari dalam perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data tanggung jawab sosial perusahaan diperoleh melalui laporan CSR perusahaan dari PT. Djarum Kudus dari tahun 2005-2009.
2. Data tentang masyarakat penerima bantuan program CSR beswan Djarum Kudus yang diperoleh melalui pembagian kuesioner penerima bantuan beswan Djarum.
3. Data mengenai gambaran umum perusahaan
4. Data laporan tahunan PT Djarum

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### **a. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan dan menganalisis data yang berkaitan dengan gambaran umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, laporan tahunan PT Djarum, laporan pelaksanaan program *corporate social responsibility* dibidang pendidikan

### **b. Wawancara dan Kuesioner**

Wawancara dan kuesioner digunakan untuk mendapatkan informasi tentang pengaruh program *corporate social responsibility* dibidang pendidikan terhadap kesejahteraan masyarakat penerima program tersebut.

## **G. Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan penilaian atau pandangan dari peneliti berdasarkan tujuan dan maksud penelitian. Sampel yang akan diteliti adalah para penerima program *corporate social responsibility* dibidang pendidikan di Yogyakarta tahun 2010-2011. Sampel yang akan diteliti berdasarkan data yang diberikan oleh pihak PT Djarum. Sampel akan diwawancarai dengan bantuan kuesioner.

## H. Tehnik Analisis Data

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama yaitu pengaruh laba perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* peneliti menggunakan rumus analisis regresi sederhana:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y : Variabel tanggung jawab sosial perusahaan yang diukur dengan program CSR beswan Djarum dengan satuan Rupiah.

a : Konstanta

b : Koefesien variabel laba

x : Laba bersih PT. Djarum Kudus

Jika data mengenai Laba bersih tidak dapat diperoleh maka peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan langkah-langkah :

- 1) Mendeskripsikan data yang diperoleh dalam penelitian dan mendeskripsikan tentang kisah kesuksesan PT DJARUM
- 2) Mendeskripsikan tentang program CSR PT DJARUM yang diteliti
- 3) Mendeskripsikan tentang pengaruh laba terhadap CSR yang didapat melalui hasil wawancara dengan pihak internal PT DJARUM

2. Untuk menjawab rumusan masalah yang ke dua yaitu pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kesejahteraan masyarakat, peneliti menggunakan analisis deskriptif, dengan langkah-langkah :

- 1) Mendeskripsikan tentang masyarakat penerima program CSR dari PT DJARUM.
- 2) Mendeskripsikan tentang implementasi program CSR PT DJARUM kepada masyarakat penerima program CSR
- 3) Mendeskripsi tentang variabel peningkatan kesejahteraan masyarakat berdasarkan indikator tingkat kesejahteraan masyarakat menurut BKKBN.
- 4) Mendeskripsikan tentang pengaruh program CSR PT DJARUM terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah Perusahaan

PT. DJARUM adalah sebuah perusahaan rokok di Indonesia yang pabriknya berpusat di Kudus, Jawa Tengah. PT DJARUM merupakan salah satu dari tiga perusahaan rokok terbesar di Indonesia (dua lainnya adalah Gudang Garam dan HM Sampoerna). Perusahaan ini awalnya bernama Djarum Gramophon, tetapi ketika perusahaan ini diakuisisi pada tahun 1951 oleh Oei Wie Gwan, ayah dari pemilik sekarang, dia memendekkan namanya menjadi Djarum saja. Wie Gwan memulai usahanya dengan tujuh puluh karyawan dengan merek pertama perusahaan rokok tersebut adalah djarum dan kotak adjaib yang dimana pada produk ini hanya dijual di wilayah Kudus. Pada tahun 1970, Oei Wie Gwan mendirikan departemen penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan produk tembakau rokok djarum yang baru sekaligus inovatif. Budi dan Bambang (anak dari pemilik PT DJARUM) juga melihat bahwa saat itu Indonesia bisa menyediakan pasar yang besar bagi rokok kretek djarum, mereka, bahkan mempunyai keinginan untuk mengekspor rokok djarum dengan skala besar. Pada tahun 1972, mereka mulai mengekspor eceran rokok kretek lintingan djarum di seluruh dunia, dengan merek rokok kretek djarum gramofon yang terkenal. Pada tahun 1981, perusahaan ini meluncurkan produk rokok dengan nama djarum super, yang pada saat itu menjadi best seller rokok kretek filter Indonesia.

## B. Visi dan Misi Perusahaan

PT Djarum memiliki visi "Menjadi yang terbesar dalam nilai penjualan dan profitabilitas di industri rokok Indonesia". Sedangkan misi yang diangkat adalah "PT Djarum hadir untuk memuaskan kebutuhan merokok para perokok".

Uraian Visi dan Misi PT Djarum adalah sebagai berikut:

1. Kepemimpinan dalam pasar dengan cara menghasilkan produk-produk yang berkualitas tinggi secara konsisten dan inovatif untuk memuaskan konsumen.
2. Penciptaan citra positif yang kuat untuk perusahaan dan merk-merk.
3. Manajemen profesional yang berdedikasi serta SDM yang kompeten.

## C. Struktur Organisasi

### 1. *Managing Director*

- a. Mewakili perseroan di dalam dan di luar perusahaan
- b. Menyusun rencana kerja dan rencana anggaran pendapatan dan belanja perusahaan

- c. Bertanggung jawab dalam rapat dewan komisaris
- d. Menetapkan kebijaksanaan perusahaan
- e. Bertindak sebagai penanggung jawab atas semua kegiatan dan usaha mencapai tujuan perusahaan

2. *Marketing Director*

- a. Bertugas memasarkan hasil produksi
- b. Memperluas pasar
- c. Mencari informasi pasar
- d. Melaksanakan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan
- e. Mengkoordinir bagian-bagian yang ada dibawahnya

3. *Finance Director*

- a. Menerima dan menyimpan uang dan surat-surat berharga pada tempat yang telah ditentukan
- b. Mencatat semua transaksi perusahaan yang berkaitan dengan keuangan
- c. Membuat laporan tentang posisi keuangan perusahaan secara periodic

4. *Production dan Technical Director*

- a. Menerapkan kebijaksanaan dalam bidang proses produksi, sejak dari bahan dasar, pencampuran bahan-bahan sampai menjadi barang jadi
- b. Mengadakan pengawasan atas pelaksanaan kerja dalam bidang produksi
- c. Menjamin kelancaran proses produksi
- d. Mempersiapkan mesin-mesin yang dipersiapkan dalam proses produksi, untuk menjamin agar produksi dapat berjalan lancar
- e. Mengatur jadwal pemeliharaan mesin
- f. Mengkoordinir bagian-bagian yang ada dibawahnya

5. *Personal Director*

- a. Menarik, menyeleksi dan melatih tenaga kerja yang diterima
- b. Penempatan karyawan sesuai dengan bakatnya
- c. Mengatur promosi karyawan
- d. Membuat daftar absensi dan laporan buruh tiap bulan
- e. Meningkatkan kesejahteraan dan kualitas karyawan

- f. Mengatur atau membawahi perkantoran
- g. Mengkoordinir bagian-bagian yang ada dibawahnya

6. *Purchasing Director*

- a. Mengadakan pembelian baku dan bahan-bahan pembantu lainnya, yang diperlukan dalam proses produksi
- b. Mencari dan memilih sumber-sumber penyedia bahan-bahan yang menguntungkan
- c. Menjamin kontinuitas tersedianya bahan baku dan bahan pembantu yang diperlukan dalam proses produksi

7. *R & D Director*

- a. Mengadakan penelitian dan pengembangan bahan
- b. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas barang jadi
- c. Menjamin kualitas dan pengawasan yang dilakukan
- d. Menangani perkebunan tembakau yang dimiliki perusahaan
- e. Mengkoordinir bagian-bagian yang ada dibawahnya

**D. CSR Djarum**

Terlepas dari berbagai macam efek negatif maupun positif yang ditimbulkan oleh industri rokok, PT DJARUM sebagai salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia, terus berupaya konsisten dengan

program-program CSR-nya. Hal itu adalah perwujudan dari 5 nilai inti perusahaan (*core value*) dimana nilai tanggung jawab sosial perusahaan adalah termasuk di dalamnya sehingga PT DJARUM menyadari betapa pentingnya penerapan program CSR di perusahaannya. Perusahaan rokok yang berdiri pada tahun 1951 dan memiliki kantor pusat produksi di Kab. Kudus, Jawa Tengah ini sudah memiliki beberapa program CSR di bidang lingkungan, pendidikan, agama, kesehatan, sosial budaya, olahraga dan kemitraan. PT DJARUM sudah menerapkan praktik CSR pada tahun 1977 melalui misi “Menghijaukan Kota Kudus” yang pada saat itu gersang dan panas, hal ini dilakukan sebagai bentuk kesadaran tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kota Kudus tempat PT DJARUM berdiri. Tidak berhenti pada upaya menghijaukan kota Kudus saja, pada rentang tahun 1980-1985 PT DJARUM membagikan 60.000 bibit mangga pada warga di 59 desa di Kudus termasuk Panjunan untuk ditanam di pekarangan agar warga masyarakat dapat memiliki rasa semangat menghijaukan halaman rumah seluruh masyarakat Kudus. Nilai panen buah mangga tahun 1991 yang telah ditanam tersebut berdasarkan catatan Dinas Perekonomian Pemkab Kudus mencapai 2,5 milyar rupiah.

Konsistensi CSR PT DJARUM terus dijaga dengan adanya beberapa program Djarum Bakti Olahraga, Djarum Bakti Lingkungan, Djarum Bakti Pendidikan dan Kemitraan Petani Tembakau yang berkembang tidak hanya di Kab. Kudus saja, tapi hingga ke seluruh wilayah di Indonesia. Apa yang telah dilakukan oleh PT DJARUM melalui

berbagai program CSR merupakan *beyond regulation* yakni perusahaan juga menjalankan tanggung jawab yang tidak diatur oleh regulasi. Semakin banyak hal positif yang dilakukan perusahaan, padahal hal itu tidak diharuskan oleh pemerintah, maka kinerja CSR perusahaan itu dianggap semakin tinggi (Sonny Sukada dkk, 2007: 6).

#### E. Bentuk Program CSR

Sebagai wujud pengabdian memberi yang terbaik kepada konsumen dan sekaligus tanggung jawab, kepedulian serta kepekaan dunia usaha terhadap lingkungan social. CSR PT DJARUM ini berdiri di atas 4 pilar, yaitu :

1. Niat baik
2. Lingkungan dan social
3. Keseimbangan
4. Kesiambungan usaha.

Kemudian keempat pilar ini diterjemahkan dalam bentuk 3 program CSR Djarum bakti pada negri :

1. Djarum Bakti Olahraga

Berawal dari sebuah cita-cita besar, semangat untuk menjunjung tinggi sportifitas dan semangat bersaing yang positif untuk meraih kemenangan, maka lahirlah PB Djarum pada tahun 1969 di Kota Kudus, Jawa Tengah. Awalnya hanya sebagai kegiatan penyaluran hobi bagi karyawan di gudang rokok di Jl.

Bitingan Lama, Kudus. Dari sinilah tonggak pembinaan Djarum dalam menyumbang pemain nasional dimulai. Demi tuntutan tersebut, akhirnya tahun 1982 dibangun GOR di Kaliputu dengan 11 lapangan.

Melalui pembibitan dan pembinaan yang serius PB Djarum berhasil melahirkan atlet-atlet bulutangkis kelas dunia seperti Liem Swie King, Kartono, Christian Hadinata, Alan Budikusuma, Hastomo Arbi, Hadiyanto, Heryanto, Hadibowo dan lain-lain. Semangat untuk terus berprestasi itu juga diwujudkan dengan berdirinya sebuah GOR Bulu Tangkis PB Djarum berlokasi di Jati, Kudus di atas lahan seluas 3 hektar yang diresmikan pada tanggal 27 Mei 2006 oleh Ketua Umum PBSI pada waktu itu, Let. Jend. (Purn) Sutiyoso. Gedung bertaraf internasional ini dibangun untuk menggantikan GOR lama di Kaliputu. Bahkan, GOR Bulu Tangkis PB Djarum merupakan yang terbaik di Asia Tenggara. GOR Bulu Tangkis PB Djarum memiliki bangunan terpadu yang bergaya arsitektur minimalis. Selain ruang perkantoran, ada juga lapangan bulutangkis, ruang makan, pertemuan, audio visual, perpustakaan, komputer, fitnes, asrama pemain, dan rumah pelatih. Khusus gedung olahraga, terdapat 16 lapangan yang terdiri dari 12 beralaskan kayu dan sisanya beralaskan vinyl, dengan tribun penonton di kedua sisi. Di sinilah puluhan bibit unggul atlet bulutangkis menerima Beasiswa Bulutangkis Djarum

dan kemudian diharapkan akan muncul lagi atlet-atlet bulutangkis kelas dunia yang akan mengharumkan nama Indonesia di kancah dunia internasional.

## 2. Djarum Bakti Pendidikan

Djarum yakin dan menyadari bahwa pendidikan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bangsa dalam mewujudkan masa depan yang lebih baik. Lebih dari itu, pendidikan juga investasi jangka panjang yang akan menyangga eksistensi sebuah bangsa. Hal ini dijabarkan dalam program pemberian beasiswa dan training *softskill* bagi mahasiswa berprestasi di PTS dan PTN yang tersebar di Indonesia. Pemberian beasiswa ini ditujukan kepada para mahasiswa pada akhir semester IV yang berprestasi secara akademik dengan  $IPK \geq 3$  namun kesulitan secara ekonomi untuk menyelesaikan program S1. Penerima beasiswa itu dinamakan Beswan Djarum. Sejak tahun 1984, ribuan mahasiswa menerima beasiswa dan program pengembangan karakter. Pengembangan karakter yang berupa pembekalan bagi para penerima beasiswanya dengan berbagai ketrampilan *softskill* dan kecerdasan emosional. Di sini, kualitas kepribadian dan ketrampilan interpersonal mahasiswa ditingkatkan mengimbangi ketrampilan *hardskill*. Demi melahirkan generasi penerus bangsa yang berkualitas dan cerdas seutuhnya. Kegiatan para penerima CSR di bidang pendidikan :

## 1. Silaturahmi Nasional

Rangkaian acara peresmian penerima program CSR bakti pendidikan yang mempertemukan seluruh penerima program CSR PT DJARUM di bidang pendidikan seluruh Indonesia.

Silaturahmi Nasional meliputi kegiatan :

### a. *Factory Visit*

mengajak para Beswan Djarum mengenal Djarum lebih dekat dengan mengunjungi pabrik PT DJARUM dan melihat beberapa kegiatan CSR (Corporate Sosial Responsibility) PT DJARUM di Kota Kudus.

### b. Forum Rektor

Forum Rektor adalah forum komunikasi antara pihak PT DJARUM dengan pihak rektorat dari seluruh perguruan tinggi penerima program CSR di bidang pendidikan seluruh Indonesia. Forum komunikasi ini menjadi wahana untuk saling memahami, mengevaluasi dan mendapatkan ide bagi pengembangan berkelanjutan program CSR di bidang pendidikan.

## 2. *Outbound Training*

*Outbond Training* , bertemakan *team-building* untuk melatih orientasi dan motivasi diri serta pengendalian kepemimpinan diri.

### 3. *Leadership & Innovation Training*

Serangkaian pelatihan yang mengajak para beswan djarum (sebutan untuk penerima CSR di bidang pendidikan dari PT DJARUM) untuk berlatih menjadi pemimpin yang efektif dan memiliki visi masa depan, tercakup dalam pelatihan ini bagaimana membangun kekuatan tim dengan menerapkan kepemimpinan yang tangguh dan bijak.

### 4. Lomba Karya Tulis

Lomba Karya Tulis (LKT) merupakan wahana pembelajaran bagi para Beswan Djarum mengekspresikan kemampuan intelektual dirinyadalam tulisan ilmiah, sekaligus juga merangsang kepekaan terhadap berbagai fenomena sesuai integritas keilmuan masing-masing.

### 5. Kegiatan Berskala Lokal

Sesuai keberadaan dan daerah asal para BeswanDjarum yang beragam, dalam lingkup lokal cukup banyak diselenggarakan beragam kegiatan. Diantaranya :

- a. Bakti Sosial (donor darah, bantuanbencana, pendidikan bahasa inggris untuk siswa SD).
- b. Pelatihan Jurnalistik dan kunjungan keinstitusi media massa.

- c. Bimbingan Belajar dan jenis kegiatan lainnya yang secara umum didasari nilai manfaat bagi orang lain

Syarat-syarat memperoleh CSR PT DJARUM di bidang pendidikan :

1. UMUM :

- 1) Pria atau wanita.
- 2) Sedang menempuh Tingkat Pendidikan S1 (Strata 1).
- 3) Prestasi Akademik dengan IPK di atas 3.00, telah menyelesaikan 4 semester (kondisi keuangan keluarga menjadi salah satu pertimbangan).
- 4) Aktif mengikuti kegiatan-kegiatan organisasi di Kampus.
- 5) Tidak sedang menerima beasiswa dari pihak lain.

1. ADMINISTRASI

- 1) Mahasiswa mengajukan surat permohonan beasiswa kepada perguruan tinggi melalui Direktur Administrasi Kemahasiswaan atau Pembantu Rektor III .

2 ) Fotocopy Kartu Hasil Studi Semester 4 (empat).

3) Fotocopy sertifikat kegiatan organisasi/surat keterangan aktif berorganisasi.

4) Surat keterangan dari kampus tidak sedang menerima beasiswa dari pihak lain.

5 ) Fotocopy KTP.

6 ) Satu lembar foto ukuran 4 x 6 cm berwarna memakai jas almamater

## 2. SELEKSI

1 ) Mengikuti psikotes

2 ) Wawancara

3) Membuat tulisan singkat

## 3. Djarum Bakti Lingkungan

Sebagai badan usaha yang banyak memanfaatkan olahan hasil alam, maka sejak tahun 1979 PT DJARUM melahirkan suatu program CSR yaitu Djarum Bakti Lingkungan. Salah satu kegiatan yang merintis gerakan menghijaukan lingkungan kota Kudus yang pada saat itu gersang dan panas sebagai upaya pelestarian lingkungan. Selain menghijaukan kota Kudus, Djarum juga membagikan secara gratis kepada penduduk, bibit pohon ekonomi mangga harum manis.

Setelah berusaha selama 9 tahun tanpa kenal lelah, hasilnya mulai terlihat pada tahun 1986. Selain kota semakin rimbun, panen mangga tersebut memberikan pemasukan ekstra bagi penduduk kota Kudus. Hal tersebut tak hanya meningkatkan perekonomian, namun sekaligus memperbaiki kualitas hidup. Karena selain mereka dapat menikmati kota yang hijau dan berudara sejuk, mereka juga memperoleh penghasilan tambahan yang cukup besar. Guna menjamin kesinambungan kegiatan penghijauan, PT DJARUM mendirikan pusat pembibitan aneka tanaman penghijauan dan tanaman langka yang dikelola secara intensif di lahan seluas 800 m<sup>2</sup> di Kaliputu, Kudus. Program lain yang berada di bawah naungan Djarum Bakti Lingkungan adalah program Temu Anak Mitra Lingkungan (TAML) yang telah berlangsung sejak tahun 1989. Kegiatan ini diadakan 4 x dalam setahun selama musim hujan. Program ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan ketrampilan tentang lingkungan kepada anak-anak. Untuk membantu Forum Guru Peduli Lingkungan (FGPL) di Kudus, PT DJARUM memberikan program Green House berbasis sekolah di 10 kecamatan. Program ini dimulai sejak tahun 2007 dan sudah tersebar di 100 sekolah di Kab. Kudus. Tujuan dari program ini untuk membuat sekolah menjadi sentra penghijauan untuk lingkungan sekolah

## **BAB V**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Untuk menjawab masalah 1 :

#### **A. Deskripsi Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Laporan penyaluran dana CSR PT DJARUM Bakti Pendidikan dari tahun 1986 sampai dengan 2010. Untuk laporan laba bersih PT DJARUM tidak dapat peneliti peroleh dari pihak internal PT DJARUM sehingga peneliti menggunakan data hasil wawancara dengan pihak internal PT DJARUM mengenai deskripsi kesuksesan PT DJARUM dan kebijakan dana CSR Bakti Pendidikan.

2. Deskripsi kesuksesan PT Djarum

PT Djarum merupakan perusahaan rokok terbesar menempati peringkat 3 di Indonesia dengan pangsa pasar yang terus meningkat ditinjau dari tahun 2006-2009.

Tabel 5.1

Market share lima perusahaan rokok di Indonesia

| Perusahaan    | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  |
|---------------|-------|-------|-------|-------|
| DJARUM        | 19.8% | 19.2% | 21.1% | 21.5% |
| GUDANG GARAM  | 24.5% | 23.3% | 22.2% | 22.2% |
| H.M SAMPOERNA | 27.9% | 27.5% | 26.9% | 27.3% |
| BENTOEL       | 4.8%  | 5.9%  | 5.6%  | 6.2%  |

Sumber Nielsen, 2009

Perusahaan ini mengolah dan menghasilkan jenis rokok kretek dan cerutu. Dalam sehari perusahaan ini mampu menghasilkan pendapatan sekitar 23,66 milyar rupiah. PT DJARUM tidak hanya memproduksi untuk kebutuhan dalam negeri saja, tetapi juga melakukan ekspor ke berbagai negara. Produk PT DJARUM untuk ekspor keluar negeri adalah Djarum Original, Djarum Super, Djarum Black, Djarum Lights, LA Lights Menthol, LA Lights, Djarum Deluxe, Djarum Special, Djarum Splash, Bali Hai, Djarum Vanilla, Djarum Cherry, Djarum Menthol, Cigarillos, Gold Seal, Dos Hermanos Churchill, Dos Hermanos Toro, Dos Hermanos Torito.

Pada tahun 2007, ekspor mencapai 1.675.554.310 batang dengan hasil penjualan US\$15.832.275, dengan distribusi Sigaret Kretek Mesin 1.672.004.000 batang, Sigaret Kretek Tangan 3.300.000 batang, Cigarillos 250.310 batang. Tahun 2007 produksi lebih kurang 39,457 milyar batang/ tahun, lebih kurang 131,526 juta batang/ hari. Cukai yang dibayarkan

Djarum kepada pemerintah sebesar Rp.7,642 triliun/ tahun, Rp.25,475 milyar/ hari. Jumlah ini merupakan sumbangan yang begitu besar untuk APBN negara.

PT DJARUM juga melebarkan bisnisnya dalam sektor properti dan perbankan. Di sektor properti, melalui anak perusahaannya, PT Cipta Karya Bumi Indah (CKBI), Djarum membangun pusat grosir *Wholesale Trade Centre* (WTC) Mangga Dua Jakarta. Kemudian PT DJARUM berekspansi di sektor perhotelan dengan melakukan peremajaan Hotel Indonesia dan Hotel Inna Wisata yang dilebur menjadi satu serta dilengkapi sebuah supermal yang bernama Grand Indonesia. Untuk proyek properti terbesar di Indonesia ini, PT DJARUM harus mengeluarkan investasi hingga mencapai US\$230 juta. Adapun di sektor perbankan, PT DJARUM bergabung dengan konsorsium Farallon membeli sebanyak 52% saham PT Bank Central Asia Tbk. pada Maret 2002. Melalui Alaerka Investment, Hartono bersaudara (sebagai pemilik PT DJARUM) menguasai 10% kepemilikan saham Farindo.

PT DJARUM juga menjajaki bisnis kelapa sawit (CPO) PT Hartono Plantations Indonesia di Kalimantan dan Sumatera. Djarum memasang target minimal 100.000 hektar hingga akhir 2009 dan akan terus meningkat menjadi 500.000 hektar pada 2011. Untuk bisnis ini, PT DJARUM harus mengeluarkan investasi sebesar Rp15 triliun dengan asumsi rata-rata nilai investasi kebun sawit tersebut seharga Rp30–40 juta per hektar.

Dari berbagai usaha bisnisnya, pada tahun 2011 Budi dan Michael Hartono (pemilik PT DJARUM) tercantum sebagai orang pertama dan kedua terkaya di Indonesia versi Forbes Asia. Kekayaan Robert Budi Hartono mencapai US\$1,72 miliar (Rp19,03 triliun), Adapun kekayaan, Michael Bambang Hartono, senilai US\$1,68 miliar (Rp18,57 triliun).

#### **B. Deskripsi CSR Djarum Bakti Pendidikan**

Djarum Bakti Pendidikan merupakan implementasi CSR PT DJARUM sebagai wujud tanggungjawab, atas kepedulian dan kepekaan dunia usaha dalam menjaga keseimbangan antara kegiatan bisnis terhadap kepentingan serta peranan ekonomi, sekaligus lingkungan dan sosial guna mempertahankan kesinambungan usaha dan pembangunan. PT DJARUM menyadari, pendidikan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bangsa dalam mewujudkan masa depan yang lebih baik. Oleh sebab itu, sejak tahun 1984 melalui program Djarum Bakti Pendidikan, PT DJARUM memberikan program CSR tersebut kepada para mahasiswa-mahasiswi strata satu yang berprestasi tinggi dari berbagai Perguruan Tinggi baik Negeri maupun Swasta di seluruh Indonesia. Para calon penerima diseleksi secara ketat dan harus memenuhi persyaratan IQ dan EQ sehingga mereka memiliki kecerdasan emosional dalam proses meraih prestasi.

Program CSR pendidikan dari PT DJARUM diberikan selama 2 semester berurutan atau 1 tahun. Program CSR ini diberikan dalam bentuk

dana dan berbagai pelatihan. Besarnya dana CSR tersebut adalah Rp500.000 per bulan untuk setiap penerima CSR. Di tahun ajaran 2009/2010 dana CSR mengalami peningkatan menjadi Rp600.000 per bulan jangka waktu 1 tahun. Selain mendapatkan bantuan dana, para penerima CSR menerima manfaat lain berupa program pelatihan pengembangan karakter yang merupakan kelebihan dari program CSR pendidikan dari PT DJARUM yaitu dengan mengikuti seminar/lokakarya, pelatihan-pelatihan, *leadership*, motivasi, *outbound*, *practical skills*, maupun kewirausahaan dan lain-lain agar para penerima CSR pendidikan mampu untuk mandiri dan menjadi pemimpin.

Tabel 5.2  
DANA CSR PROGRAM PENDIDIKAN SECARA KESELURUHAN

| TAHUN | CSR PENDIDIKAN |
|-------|----------------|
| 2006  | Rp 193.500.000 |
| 2007  | Rp 198.000.000 |
| 2008  | Rp 202.500.000 |
| 2009  | Rp 220.500.000 |
| 2010  | Rp 270.000.000 |

Sumber PT DJARUM

Tabel di atas merupakan hasil perkalian dari jumlah penerima program CSR PT. DJARUM di bidang pendidikan dengan jumlah dana yang diberikan. Dapat diketahui bahwa tiap tahun besaran dana CSR PT DJARUM di bidang pendidikan selalu mengalami peningkatan. Hal tersebut belum termasuk anggaran program pelatihan yang juga diberikan

kepada penerima program CSR di bidang pendidikan oleh PT. DJARUM. Kebijakan PT. DJARUM untuk menambah besaran CSR ini dimaksudkan agar banyak masyarakat Indonesia dapat merasakan program CSR yang diberikan oleh PT. DJARUM.

### C. Pengaruh Laba terhadap CSR

Dari hasil wawancara dengan pihak internal PT. DJARUM diperoleh informasi bahwa:

1. Besarnya alokasi dana CSR PT DJARUM tergantung pada besarnya laba yang dihasilkan tiap tahunnya oleh PT DJARUM.
2. Kebijakan alokasi pemberian CSR diambil 2% dari laba PT DJARUM. Alokasi dana 2 persen ini untuk keseluruhan Program CSR yang dilakukan oleh PT Djarum,

Berdasarkan penjelasan deskripsi masalah di atas maka dapat disimpulkan bahwa Laba memiliki pengaruh terhadap CSR, naik turunnya laba perusahaan setiap tahun mempengaruhi CSR perusahaan Sehingga jika laba tiap tahun meningkat maka CSR pun meningkat dan jika laba mengalami penurunan maka CSR akan mengalami penurunan juga namun prosentase kebijakan alokasi CSR tetap sebesar 2% dari laba bersih.

Untuk menjawab masalah 2 :

### A. Deskripsi Masyarakat Penerima Program CSR PT DJARUM di Bidang Pendidikan

Responden yang diteliti adalah penerima program CSR Djarum bakti pendidikan untuk daerah Yogyakarta. Dengan jumlah penerima 33 mahasiswa strata satu dari perguruan tinggi negeri dan swasta. Data para penerima ini diperoleh dari PT DJARUM.

Tabel 5.3

Berdasarkan kelamin

| Jenis kelamin | Jumlah | presentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki-Laki     | 22     | 66.67%     |
| Perempuan     | 11     | 33.33%     |

Tabel 5.4

Berdasarkan Perguruan Tinggi

| Jenis Perguruan Tinggi  | Jumlah | Presentase |
|-------------------------|--------|------------|
| Perguruan Tinggi Negeri | 11     | 33.33%     |
| Perguruan Tinggi Swasta | 22     | 66.67%     |

Tabel 5.5

Berdasarkan Agama

| Agama    | Jumlah | Presentase |
|----------|--------|------------|
| Islam    | 16     | 48,48%     |
| Kristen  | 6      | 18,18      |
| Katholik | 9      | 27,27%     |
| Budha    | 2      | 6,06%      |

Dari hasil wawancara dengan para penerima program CSR pendidikan dari PT DJARUM didapat bahwa sebagian besar dari mereka merupakan mahasiswa yang berasal dari luar daerah Yogyakarta. Untuk segala keperluan pribadi dan pendidikan, setiap bulan orang tua mereka mengirimkan sejumlah uang untuk kebutuhan, sehingga dana yang diberikan PT DJARUM lewat program CSR dijadikan mereka sebagai tambahan uang saku bulanan. Menurut pengakuan para responden sebagian besar digunakan untuk mengurangi biaya pendidikan mereka di Universitas, namun tidak menutup kemungkinan dana ini juga digunakan untuk keperluan pribadi para penerima CSR.

Tabel 5.6

Berdasarkan uang saku rata-rata per bulan sebelum menerima CSR

| Uang saku<br>Sebelum<br>menerima CSR | Jumlah | Presentase |
|--------------------------------------|--------|------------|
| Rp 200.000                           | 1      | 3,03%      |
| Rp 300.000                           | 3      | 9,09%      |
| Rp 400.000                           | 3      | 9,09%      |
| Rp 500.000                           | 2      | 6,06%      |
| Rp 600.000                           | 4      | 12,12%     |
| Rp 700.000                           | 3      | 9,09%      |
| Rp 800.000                           | 5      | 15,15%     |
| Rp 1.000.000                         | 6      | 18,18%     |
| Rp 1.200.000                         | 2      | 6,06%      |
| Rp 1.300.000                         | 1      | 3,03%      |
| Rp 1.500.000                         | 2      | 6,06%      |
| Rp 2.000.000                         | 1      | 3,03%      |

Tabel 5.7

Berdasarkan uang saku rata-rata per bulan setelah menerima CSR

| Uang saku setelah menerima CSR | Jumlah | Presentase |
|--------------------------------|--------|------------|
| Rp 800.000                     | 1      | 3.06%      |
| Rp 900.000                     | 3      | 9.09%      |
| Rp 1.000.000                   | 3      | 9.09%      |
| Rp 1.100.000                   | 2      | 6,06%      |
| Rp 1.200.000                   | 4      | 12,12%     |
| Rp 1.300.000                   | 3      | 9,09%      |
| Rp 1.400.000                   | 5      | 15,15%     |
| Rp 1.600.000                   | 6      | 18.18%     |
| Rp 1.800.000                   | 2      | 6,06%      |
| Rp 1.900.000                   | 1      | 3,03%      |
| Rp 2.100.000                   | 2      | 6,06%      |
| Rp 2.600.000                   | 1      | 3,03%      |

### B. Deskripsi Implementasi Program CSR PT DJARUM di Bidang Pendidikan

Berdasarkan hasil wawancara, pemberian bantuan program pendidikan yang dilakukan PT DJARUM ditujukan pada mahasiswa S1 yang memiliki IPK minimal 3,00, aktif berorganisasi dan mendapat surat keterangan dari kampus yang menjelaskan bahwa calon penerima tidak sedang menerima bantuan dari pihak lain. Program pendidikan ini lebih tepatnya diberikan kepada mahasiswa yang berada pada semester 5, karena dimasa-masa semester 5 inilah dapat dilihat bahwa prestasi mahasiswa tersebut stabil atau tidak. Bagi PT DJARUM pendidikan merupakan pondasi penting dalam melahirkan generasi penerus yang berkualitas maka prestasi yang telah didapat oleh mahasiswa haruslah diimbangi

dengan kecerdasan emosional dan spiritual. Setelah memenuhi persyaratan prestasi dengan IPK minimal 3,00, selanjutnya calon penerima program pendidikan dari PT DJARUM akan menghadapi 2 tes dalam 1 hari. Tes yang pertama adalah psikotes dan kemudian dilanjutkan dengan wawancara. Disamping itu calon penerima diwajibkan untuk membuat tulisan singkat.

Setelah dinyatakan diterima sebagai penerima program pendidikan maka para penerima mendapatkan bantuan dana untuk pendidikan sebesar Rp.600.000 per bulan selama setahun. Tujuan pemberian dana CSR ini adalah untuk meringankan biaya pendidikan para penerima CSR.

Berdasarkan hasil wawancara dengan orang tua dari P salah satu penerima program pendidikan dari PT DJARUM dari Yogyakarta, beliau merasa terbantu dengan adanya pemberian program tersebut. Orang tua dari P mengaku bahwa pada saat itu harus menanggung biaya pendidikan 3 orang anaknya dimana 2 diantaranya sedang melanjutkan sekolah kejenjang yang lebih tinggi. Dalam masa-masa itu P membutuhkan dana pendidikan yang relatif tidak sedikit, selain untuk biaya pendidikan di universitas dan juga biaya tambahan segala macam kursus. Dari hasil wawancara orang tua dari P, diketahui bahwa sebelum anaknya mendapat program pendidikan dari PT DJARUM, beliau disamping bekerja juga aktif dalam kegiatan koperasi, sehingga dalam pemenuhan biaya pendidikan P beliau melakukan peminjaman dana di koperasi. Namun dengan adanya program pendidikan tersebut orang tua P merasa terbantu

sehingga beliau dapat mengembalikan dana yang dipinjam dari koperasi dan melunasi dana pendidikan 2 orang anaknya.

Dalam hal pemberian pelatihan, menurut peneliti, PT DJARUM telah memberikan kontribusi yang baik dalam membentuk sumber daya manusia yang berkualitas dalam dunia pendidikan bagi masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, misalkan Vc seorang mahasiswa dari suatu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta, menegaskan bahwa “CSR yang diberikan PT DJARUM adalah yang termewah yang saya temui di kampus karena selain mendapat dana yang relatif besar dan juga mendapat berbagai macam pelatihan, pengalaman yang tidak didapatkan dari program dari instansi lainnya,” Program pendidikan dari PT DJARUM diterima Vc dirasa sangat membantu dia dalam belajar untuk mengembangkan diri. *Outbond* merupakan salah satu kegiatan pelatihan yang didapatkan Vc dari berbagai macam pelatihan.

Dari pengalamannya mengikuti kegiatan *outbond* ini, dia mendapatkan pembelajaran tentang kerjasama dan kepercayaan diri, melatih keberanian dalam mengambil keputusan, bagaimana menjadi seorang pemimpin dan berkomunikasi dengan tim secara baik. Di dalam menjalankan kegiatan *outbond* tersebut dia mengaku tidak semuanya berjalan dengan baik, ada kegagalan yang dia dapatkan. Dalam kegagalan ini dia belajar dan bercerita dengan tim. Menurut pengakuan Vc hal tersebut tidak pernah dia dapatkan dalam kegiatan belajar mengajar di kampus. Menurut dia selama ini dia hanya berfokus pada peningkatan nilai

sehingga mencapai indeks prestasi yang tinggi, namun setelah mengikuti program pelatihan yang diadakan oleh PT DJARUM, Vc mengerti bahwa dalam kehidupan bermasyarakat dan di dalam dunia kerja menjalin hubungan serta komunikasi yang baik dengan orang lain merupakan hal yang sangat penting, karena kita tidak mungkin dapat bekerja sendiri tanpa adanya bantuan dari orang lain. Selain itu bantuan yang diterima Vc Rp600.000 per bulan selama setahun banyak digunakan untuk mengikuti seminar-seminar ilmiah, pelatihan-pelatihan umum, serta kursus bahasa asing. Berdasarkan pengamatan peneliti pada saat wawancara, Vc mengalami suatu peningkatan perkembangan diri yang lebih baik. Dia mengaku lebih mudah untuk berinteraksi dengan orang lain dan menyampaikan pendapat dengan baik. Dia juga mendapatkan pembelajaran yang penting dimana dalam hidup itu tidak hanya mendapatkan yang terbaik namun juga melakukan yang terbaik bagi orang lain. Dia memiliki motivasi belajar yang tinggi, bukan hanya belajar secara intelektual saja namun belajar dalam memecahkan masalah dengan baik, tanpa mengedepankan emosi.

Berbeda dengan Vc, Berdasarkan hasil wawancara dengan Ik, salah satu penerima program pendidikan dari PT DJARUM yang berasal dari Sumenep, Jawa Tengah, dia menceritakan tentang bagaimana dia mendapatkan sesuatu yang berharga yang diberikan PT DJARUM lewat CSR program pendidikan. Ik bersama para penerima program pendidikan PT DJARUM se-Yogyakarta mengikuti kegiatan makrab selama 3 hari

dari tanggal 25-27 Maret 2011 bertempat di Omah Jawi Kaliurang, Yogyakarta. Makrab waktu itu mengangkat tema tentang *Work Together in Harmony*. Makrab ini juga diisi dengan adanya *Training of Public Speaking and Interview* dengan mendatangkan seorang pelatih profesional yang memiliki pengalaman bekerja di bidangnya sekitar 17 tahunan dari Yogyakarta. Banyak hal yang didapatkan Ik dalam pelatihan ini terutama dalam hal bagaimana pentingnya mulai memupuk kecerdasan otak, emosi dan sosial sejak dini. Setelah kegiatan pelatihan tersebut dia memulai menerapkan dalam kehidupan pribadinya, melatih dirinya untuk terus berkembang. Ik mulai mengisi waktu kosongnya untuk kegiatan sosial, organisasi, *study club*, pengembangan diri serta menunjang karirnya ke depan. Dia juga senang mencari segala informasi yang bermanfaat dan menjalin hubungan dengan sumber informasi tersebut. Dia mengaku PT DJARUM memotivasi dirinya untuk maju dan berkembang lewat CSR program pendidikan yang ia dapatkan. Dia memiliki keinginan sejak saat itu untuk melakukan hal-hal yang terbaik dalam hidup untuk menyongsong masa depan yang cerah dan gemilang.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penerima program pendidikan PT Djarum, peneliti berpendapat bahwa PT Djarum haruslah meningkatkan jumlah penerima program pendidikan ini agar dapat tercipta sumber daya manusia Indonesia yang baik. Disamping itu PT Djarum juga harus menyediakan program pendidikan bagi mahasiswa yang kurang berprestasi, agar dapat menyadarkan mahasiswa ini bahwa

mereka bisa menjadi yang terbaik dan dapat berguna bagi perkembangan bangsa dan negara.

**C. Deskripsi Variabel Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berdasarkan Indikator Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Menurut BKKBN.**

Tabel 5.8

Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat dan Pengembangan Karakter

| No | Indikator Peningkatan Kesejahteraan         | Setuju | Tidak Setuju | Total |
|----|---------------------------------------------|--------|--------------|-------|
| 1  | Uang saku meningkat                         | 33     | -            | 33    |
| 2  | Terbantu dalam menanggung biaya perkuliahan | 33     | -            | 33    |
| 3  | Terbantu dalam proses pembelajaran          | 30     | 3            | 33    |
| 4  | Memiliki tabungan                           | 28     | 5            | 33    |
| 5  | <i>Softskill</i> meningkat                  | 33     | -            | 33    |
| 6  | Kemampuan bekerja secara <i>team work</i>   | 33     | -            | 33    |
| 7  | Pengembangan kemampuan diri                 | 33     | -            | 33    |
| 8  | Mampu berkreasi secara berkala              | 31     | 2            | 33    |
| 9  | Optimis terhadap masa depan yang lebih baik | 33     | -            | 33    |
| 10 | Produktivitas meningkat                     | 33     | -            | 33    |

Sumber Data diolah

Berdasarkan hasil wawancara kepada 33 penerima program pendidikan dari PT Djarum didapat :

100% penerima Program Pendidikan merasakan adanya manfaat dari Program Pendidikan tersebut. Manfaat yang dirasakan oleh penerima

yaitu dana pendidikan yang relatif tinggi (dibanding dengan dana dari pihak lain), pelatihan *soft skill* yang menunjang pengembangan kemampuan diri, banyak mengenal teman dari seluruh nusantara, terbantu dalam biaya perkuliahan, tambahan wawasan di bidang lain, lebih berani membuka diri terhadap orang lain.

- a. 100% penerima Program Pendidikan mengalami peningkatan uang saku per bulan sebanyak Rp.600.000 per bulan selama 1 tahun. Sebagian dari penerima mengatakan bahwa uang ini digunakan mereka untuk membayar biaya perkuliahan selain itu uang ini digunakan juga untuk keperluan pendidikan yang lain, seperti: seminar ilmiah, pelatihan, dan pengembangan diri lainnya. Hal lain yang teristimewa yang didapatkan para penerima program pendidikan dari PT DJARUM adalah pelatihan-pelatihan, *leadership*, motivasi, *outbound*, *practical skills*, maupun kewirausahaan. Mengapa dikatakan istimewa karena dengan adanya pelatihan ini para program CSR PT DJARUM di bidang pendidikan dapat mampu untuk menjadi pribadi yang mandiri dan pemimpin yang baik.
- b. 100% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM merasa terbantu dalam menanggung biaya perkuliahan selama 1 tahun, hal ini karena dana yang mereka dapat dari Program Pendidikan relatif cukup besar.

- c. 90,90% (berasal dari hasil bagi antara responden yang setuju dibagi total responden dikali 100%) penerima Program Pendidikan merasa terbantu dalam proses pembelajaran. Dengan adanya pelatihan yang didapat dalam Program Pendidikan, para penerima merasa terbantu dalam menghadapi proses pembelajaran. Pikiran mereka menjadi terbuka tentang bagaimana belajar tersebut, menurut mereka belajar tidak hanya menghafal materi-materi yang ada melainkan memahami materi tersebut. Namun sebanyak 6,06% belum merasa terbantu dalam proses pembelajaran dengan alasan terlalu banyak materi yang harus mereka pelajari.
- d. 84,84% (berasal dari hasil bagi antara responden yang setuju dibagi total responden dikali 100%) penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM memiliki tabungan pribadi. Dengan adanya bantuan dana yang didapat dari Program Pendidikan ini mampu meningkatkan uang saku mereka tiap bulannya sehingga mereka dapat menyisihkannya dalam bentuk tabungan. Sebanyak 18,18 penerima Program Pendidikan belum memiliki tabungan dengan alasan dana yang diperoleh selain untuk kebutuhan kuliah juga untuk pengembangan diri serta kebutuhan pribadi.
- e. 100% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM mengalami peningkatan *softskill*, mereka mengatakan bahwa kemampuan *softskill* ini tidak mereka pelajari dikampus namun setelah mereka mengikuti

pelatihan-pelatihan dari PT DJARUM mereka dapat mengembangkan kemampuan intelektual, emosional dan spriritual.

- f. 100% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM mengalami peningkatan dalam bekerja secara tim. Sebelum mendapat pelatihan dari PT DJARUM, mereka merasa nyaman untuk bekerja sendiri tanpa melibatkan orang lain, karena ketika mereka bekerja dengan orang lain, mereka selalu mengalami selisih pendapat sehingga menyebabkan pekerjaan tidak selesai atau tidak tepat waktu penyelesaiannya. Namun setelah mendapatkan pelatihan, mereka mengaku sangatlah nyaman jika suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan kebersamaan, masalah yang sering muncul dalam tim dapat mereka selesaikan dengan mengedepankan kepentingan bersama.
- g. 100% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM mengalami peningkatan dalam pengembangan kemampuan diri, pengembangan kemampuan diri ini didapatkan dari pelatihan-pelatihan yang mereka jalani selama mendapat Program Pendidikan yang telah mereka terima. Kemampuan diri disini dapat diartikan sebagai kemampuan pribadi dari para penerima program CSR untuk menjadi pribadi yang mandiri
- h. 93,93% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM mampu menyediakan waktu untuk berekreasi secara berkala, bahkan mereka dapat berekreasi secara bersama sebagai para penerima Program Pendidikan di tengah-tengah rutinitas perkuliahan yang padat.

- i. 100% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM optimis terhadap masa depan yang lebih baik. Mereka percaya bahwa di masa depan mereka dapat menjadi orang yang berhasil.
- j. 100% penerima Program Pendidikan dari PT DJARUM mengalami peningkatan dalam hal produktivitas. Dengan adanya pelatihan dari program pendidikan yang mereka terima, mereka sering menulis karya tulis yang kemudian mereka kirimkan diberbagai media, ada juga yang sering mendesain web didunia elektronik.

#### **D. Pengaruh Program Pendidikan terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat**

Berdasarkan hasil deskripsi di atas yang berkaitan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat :

1. Sebanyak 93,93% menyatakan bahwa terdapat peningkatan kesejahteraan hidup setelah menerima bantuan Program Pendidikan dari PT Djarum. Peningkatan kesejahteraan ini dilihat berdasarkan peningkatan kemampuan diri yang lebih baik serta peningkatan kecerdasan intelektual, emosional dan spiritual dalam diri mereka.
2. Sebanyak 6,06% menyatakan biasa saja atau tidak ada peningkatan kesejahteraan hidup mereka.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh laba perusahaan terhadap nilai *corporate social responsibility* PT DJARUM Kudus. Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi laba PT DJARUM Kudus, semakin tinggi pula nilai *corporate social responsibility* PT DJARUM Kudus.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *corporate social responsibility* bidang pendidikan PT DJARUM Kudus terhadap kesejahteraan masyarakat penerima *corporate social responsibility* di bidang pendidikan dari PT DJARUM Kudus.

#### B. Keterbatasan Penelitian

1. Peneliti tidak memperoleh data laba PT DJARUM Kudus sehingga peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan laba PT DJARUM, Data ini diperoleh lewat wawancara terhadap pihak internal PT DJARUM Kudus.

2. Penelitian terbatas pada penerima *corporate social responsibility* program pendidikan dari PT DJARUM daerah Yogyakarta periode 2010-2011 sehingga sampel penelitian belum mewakili populasi.
3. Data pengaruh program CSR terhadap kesejahteraan masyarakat merupakan pendapat pribadi penerima program CSR dari PT DJARUM dan tidak berdasarkan pada standar atau acuan objektif terhadap kesejahteraan masyarakat

### C. Saran

Saran yang direkomendasikan peneliti dengan adanya keterbatasan masalah di atas adalah :

1. Bagi peneliti selanjutnya perlu memperluas sampel di wilayah lain utingkat representasi sampntuk melihat konsistensi hasil dan dapat mewakili populasi penerima *corporate social responsibility* PT DJARUM.
2. Bagi PT DJARUM Kudus untuk lebih meningkatkan program *corporate social responsibility* agar lebih banyak lagi masyarakat di Indonesia merasakan dampakdari program tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Keuangan Tahunan. Studi Empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta.
- Anonim. *Corporate Communication*. <http://wikipedia.org/wiki/corporate-communication>, diakses pada tanggal 27 Juni 2011 pukul 20.05 WITA.
- Aris, Adhitya. 2010. Kegiatan *Community Relations* Bagi Citra Perusahaan, studi kasus pada PT DJARUM KUDUS, Skripsi, Surakarta
- Arkanti. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Perbankan Terhadap Luas dan Kedalaman Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. <http://yehan-simanjuntak.blogspot.com>. Diakses 27 Juni 2011.
- Baron, P.D., *Business and Its Environment*, Prentice Hall, Second Edition, 1997 .
- Berle A. dan Means G. 1993. *The Modern Corporation and Private Property*. New York. *Accounting Journal*.
- Budimanta, Arief, et al. 2008. *Corporate Social Responsibility : Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Edisi Kedua. Jakarta : ICSD.
- Hackston, David dan Milne, Markus, J. 1996. *Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol.( No. 1. Pp. 77-108)
- Hasibuan, Chrysanti dan Sedyono. 27 November 2002. Etika Bisnis, *Corporate Social Responsibility*(CSR), dan PPM. <http://www.lppm.ac.id/article.php?p=ms&id=182>. Tgl download: 20 Januari 2008.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE.
- Kasali. 2003. Membidik Pasar Indonesia : *Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Pendidikan Nasional. 2010. *Pembinaan Pendidikan Karakter*. Jakarta
- Keraf, Sonny A. 1998. *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Edisi Baru. Yogyakarta: Kanisius
- Kottler, P. & Lee, N. (2008), *Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Willey

- Mapisangka, Andy. 2009. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat.
- Nazir, Mehnoor, dan Aiza. 2009. *Reviewing Corporate Social Responsibility Initiatives of Tobacco Industry in Pakistan Social Science Research Network*.
- Nugraheni, CAS. 2007. Kontribusi Perum Perhutani Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Hutan Serta Potensi Kemitraannya, Studi Kasus di Desa Temulus, Kecamatan Randublatung, Kabupaten Blora, Provinsi Jawa Tengah. Skripsi. Yogyakarta : Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, FKIP, Universitas Sanata Dharma.
- Nuryana, Mu'man, "*Corporate Social Responsibility dan Kontribusi bagi Pembangunan berkelanjutan*", Bandung, Lembang 5 desember 2005.
- Saidi. 2004, Model pelaksanaan CSR di Indonesia, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial : Study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi VII, hal. 379-395
- Sumarnonugroho, Dr. J. A. Ponsion. 1982. Sistem Intervensi Kesejahteraan Sosial. Edisi Ketiga. Indonesia : Hanindita Graha Widya.
- Sugianto, *Dilema CSR Perusahaan Rokok, Tolak atau Terima?*. [http://www.depkop.go.id/component/content/article/337-dilema-csr-perusahaan rokok-tolak-atau-terima.html](http://www.depkop.go.id/component/content/article/337-dilema-csr-perusahaan-rokok-tolak-atau-terima.html), terakhir kali diakses tanggal 12 Oktober 2009.
- Sumarto, Mulyadi. 15 Agustus 2007. CSR Layaknya Buah Simalakama.
- Susanto, A.B., *Corporate Social Responsibility*, Jakarta : The Jakarta Consulting Group, 2007
- Suwardjono, 2008. Teori Akuntansi : Perekayasaan Pelaporan keuangan. Edisi ketiga. Yogyakarta : BPFE.
- Tresnawati, Rina. 2003. Pengaruh Sebelum dan Setelah Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Profitabilitas* Perusahaan, Studi kasus PT. TELKOM, Skripsi, Bandung : Program Studi Akuntansi, FE, Universitas Widyatama.
- Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik : Fascho Publishing, 2007

# LAMPIRAN





PT. DJARUM  
Jalan Jend. A. Yani 28 Kudus, Indonesia  
Phone. +62.291 431 901, 431 691  
Fax. +62.291 431 809  
www.djarum.com

No : 0077/KP/PUBLAFF/2011  
Tgl : 7 Juni 2011  
Lamp : -  
Hal : Penelitian

Kepada Yang Terhormat  
Ketua Program Studi Akuntansi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
d/a Mrican – Tromol Pos 29  
Yogyakarta 55002

Up. Bagian Akademik/kemahasiswaan

Dengan Hormat

Berdasarkan surat No. 31/Kaprodi Akt./845/IV/2011 mengenai permohonan ijin penelitian, kami menerangkan bahwa :

| No | Nama              | Nomor Induk |
|----|-------------------|-------------|
| 1  | Stevanus Pradibta | 062114108   |

Diterima untuk melaksanakan penelitian di Perusahaan kami dengan :  
Periode penelitian : 13 Juni 2011 s/d 30 Juli 2011  
Lokasi penelitian : Public Affairs PT Djarum di Kudus & Yogyakarta

Demikian surat keterangan ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat kami,

  
**Handoyo Setyo**  
Public Affairs Manager

**PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM**  
**CORPORATE STRATEGY UNIT**

Hari/tanggal wawancara :

Nama dan umur informan :

Jabatan :

Pertanyaan Penelitian :

1. Bagaimana sejarah perusahaan mulai melaksanakan CSR? Kapan mulai mengimplementasikan CSR?
2. Bagaimana pengaruh KEPMEN BUMN dalam melaksanakan CSR?
3. Bagaimana pandangan dan kebijakan perusahaan terhadap CSR?
4. Bagaimana posisi struktural CSR dalam perusahaan? Berada dibawah apa? Dan terdiri dari berapa orang bagian CSR? Mengapa?
5. Berasal dari mana dana untuk melaksanakan CSR? Berapa persen dana yang dialokasikan yang dialokasikan tersebut? Apakah setiap tahunnya sama atautkah tidak? Mengapa?
6. Bagaimana mekanisme persetujuan dilaksanakan CSR oleh perusahaan?
7. Program apa saja yang pernah dilakukan oleh perusahaan? Kapan? Apa namanya? Apa saja bentuk programnya? Dimana dan siapa sasarannya?
8. Sektor apa saja yang menjadi prioritas atau sering dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?
9. Apakah ada pihak yang membantu/bermitra dalam pelaksanaan CSR? Siapa dan mengapa?
10. Apakah masyarakat dilibatkan dalam tahapan-tahapan pelaksanaan CSR? Sampai

sejauhmana? Mengapa?

11. Bagaimana strategi pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dalam menjalankan CSR?
12. Bagaimana mekanisme survey dalam melaksanakan CSR disuatu tempat? Berapa lama?  
Dibantu dengan siapa?
13. Bagaimana mekanisme monitoring dan evaluasi program CSR yang pernah dilaksanakan? Apakah hasil evaluasi dijadikan masukan untuk program berikutnya?
14. Cara apa saja yang biasa digunakan dalam mencari kebutuhan masyarakat?Kendala apa saja yang dialami saat hendak melaksanakan CSR di suatu tempat?
15. Program apa saja yang pernah dilakukan oleh perusahaan? Kapan? Apa namanya? Apa saja bentuk programnya? Dimana dan siapa sasarannya?
16. Apakah program yang dijalankan telah sesuai dengan tujuan perusahaan sebelumnya?
17. Sektor apa saja yang menjadi prioritas atau sering dilakukan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?
18. Apa saja dampak yang dirasakan perusahaan setelah menjalankan CSR?
19. Apakah ukuran keberhasilan perusahaan dalam menjalankan CSR? Mengapa?
20. Bagaimana seharusnya bentuk CSR yang dilaksanakan suatu perusahaan?

## Daftar Pertanyaan untuk Responden

### Definisi CSR (Corporate Social Responsibility):

CSR adalah tanggung jawab perusahaan kepada lingkungannya, dengan cara ikut serta memajukan kesejahteraan masyarakat. Program CSR dapat dilakukan melalui berbagai macam cara, misalnya: Pemberian bantuan beasiswa, mendirikan klinik kesehatan, menyalurkan kredit kemitraan, pelestarian lingkungan hidup, pengembangan industri kecil, dsb.

### A. Identitas Responden:

1. Nama: .....
2. Jenis Kelamin: Laki-laki/Perempuan\*
3. Alamat Tempat Tinggal: .....  
.....  
.....
4. Agama:
 

|            |            |          |
|------------|------------|----------|
| a. Islam   | c. Kristen | e. Budha |
| b. Katolik | d. Hindu   |          |
5. Pekerjaan:
 

|                   |              |                  |
|-------------------|--------------|------------------|
| a. PNS            | d. Siswa     | g. Lainnya:..... |
| b. Wiraswasta     | e. Mahasiswa |                  |
| c. Pegawai Swasta | f. Petani    |                  |
6. Pendidikan Terakhir:
 

|         |                     |                  |
|---------|---------------------|------------------|
| a. SD   | c. SLTA             | e. Lainnya:..... |
| b. SLTP | d. Perguruan Tinggi |                  |
7. Uang saku Rata-rata Sebulan: Rp.....
8. Jumlah bantuan CSR yang pernah diterima Rp .....
9. Kapan menerima CSR? .....
10. Apa saja bentuk bantuan yang diterima:
  - a. Bantuan Kredit Usaha: Rp .....
  - b. Beasiswa : Rp .....
  - c. Pelatihan: .....
11. Apakah Saudara/Bapak/Ibu merasakan manfaat adanya program CSR dari Perusahaan?
 

|           |                 |           |
|-----------|-----------------|-----------|
| a. Setuju | b. Tidak Setuju | c. Netral |
|-----------|-----------------|-----------|

12. Apa manfaat yang dirasakan?

.....  
 .....  
 .....

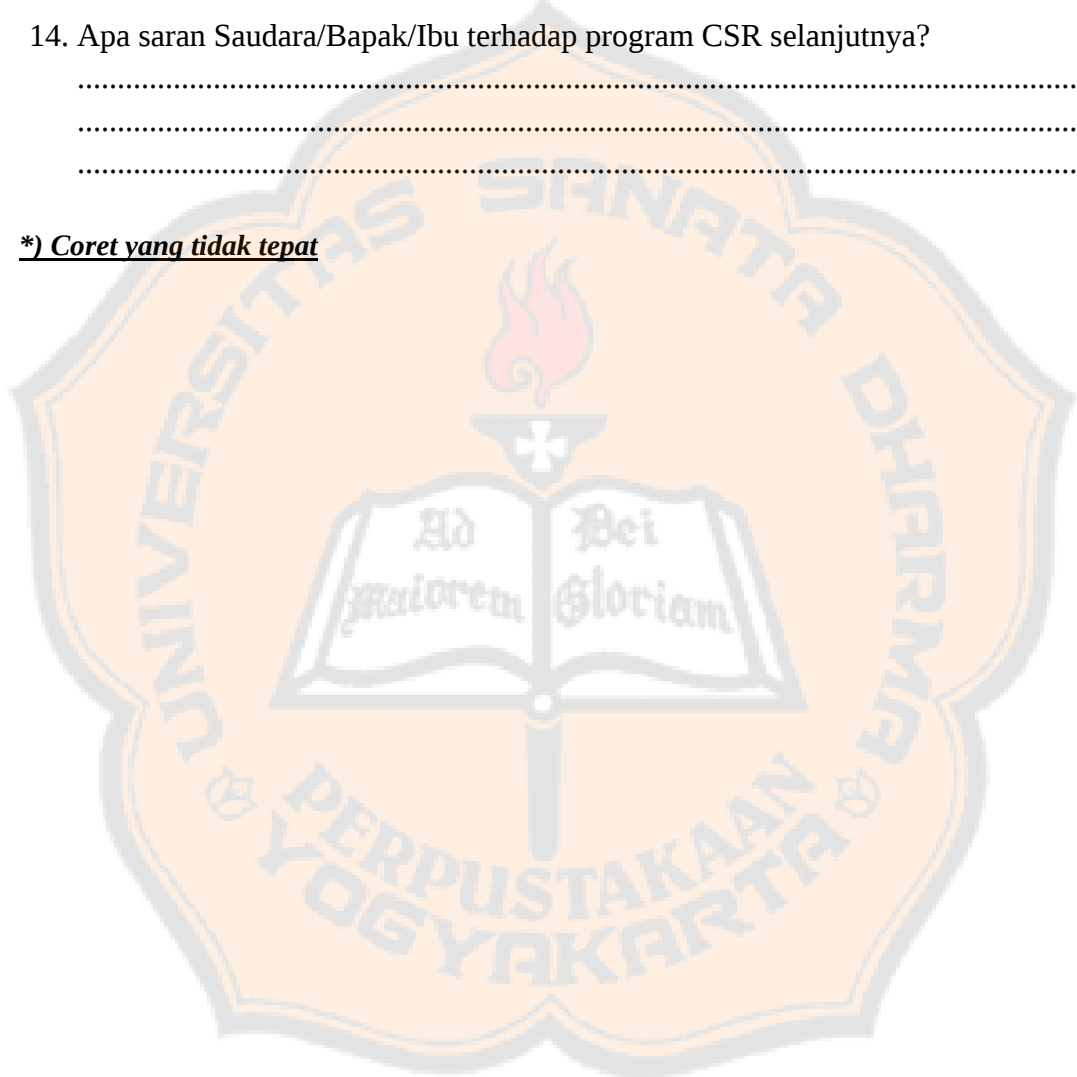
13. Apakah Anda merasa program CSR yang Anda terima dari PT DJARUM berpengaruh terhadap kesejahteraan hidup anda/lingkungan anda?

- a. Setuju                      b. Tidak Setuju                      c. Netral

14. Apa saran Saudara/Bapak/Ibu terhadap program CSR selanjutnya?

.....  
 .....  
 .....

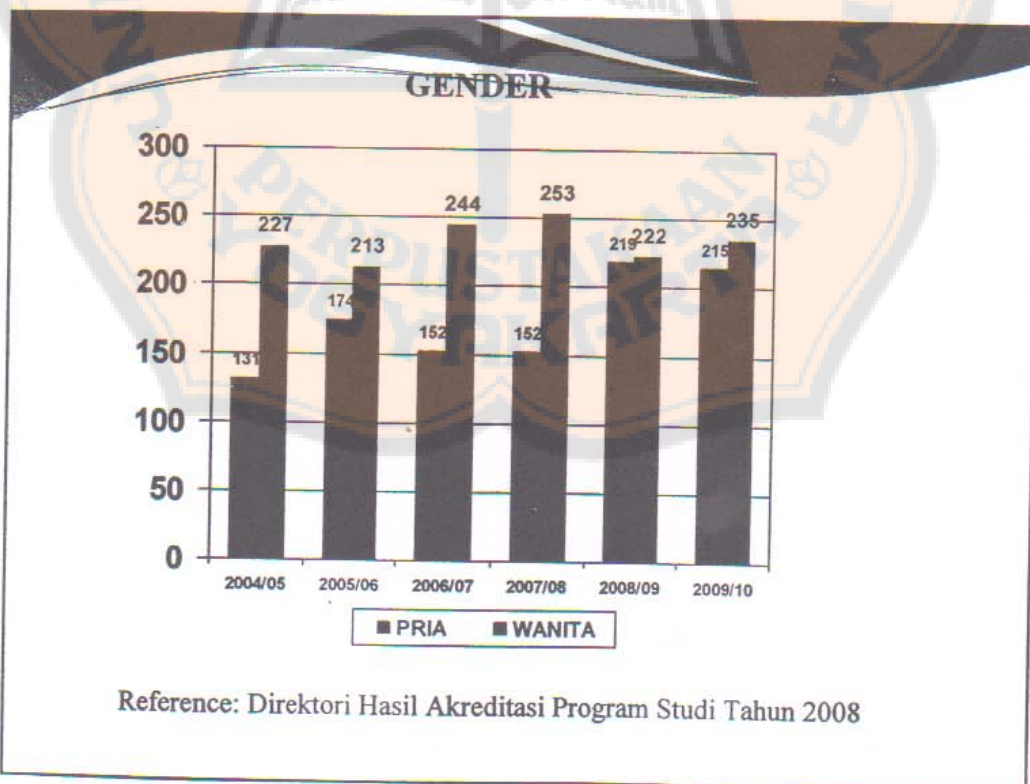
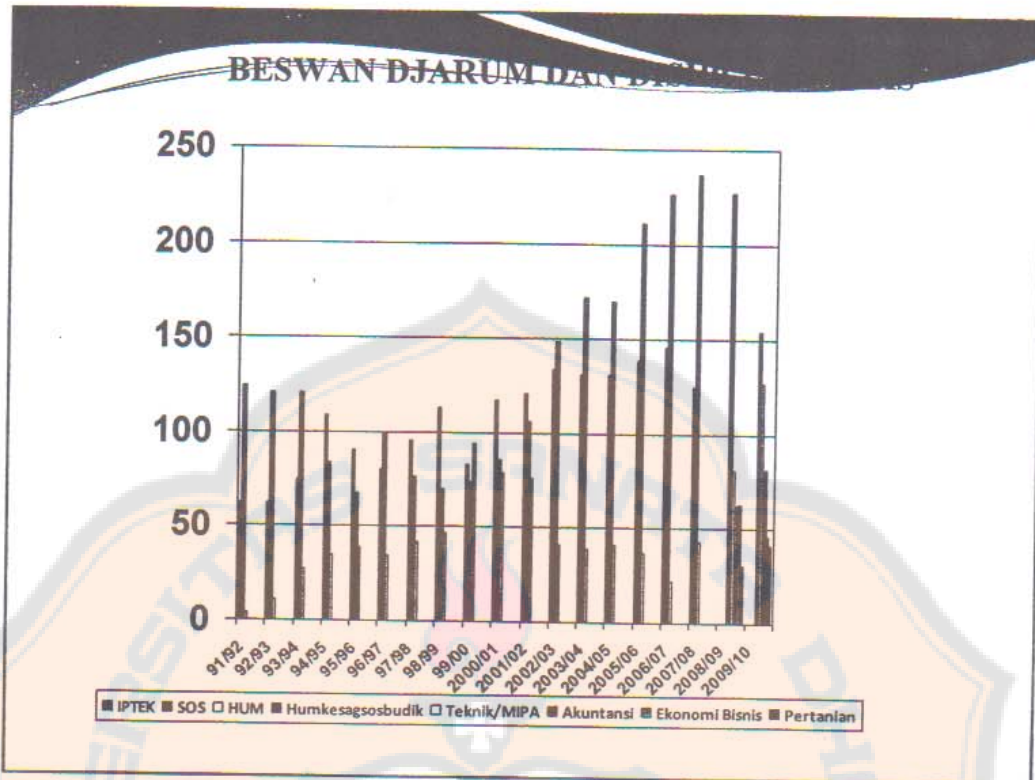
**\*) Coret yang tidak tepat**



**B. Checklist Peningkatan Kesejahteraan masyarakat Penerima CSR**

Petunjuk: Dari Indikator di bawah ini, beri tanda ( V ) untuk indikator yang mengalami peningkatan setelah Saudara/Bapak/Ibu menerima bantuan CSR dari PT. DJARUM

| No | Indikator Peningkatan Kesejahteraan         | Setuju | Tidak Setuju |
|----|---------------------------------------------|--------|--------------|
| 1  | Uang saku meningkat                         |        |              |
| 2  | Terbantu dalam menanggung biaya perkuliahan |        |              |
| 3  | Terbantu dalam proses pembelajaran          |        |              |
| 4  | Memiliki tabungan                           |        |              |
| 5  | Softskill meningkat                         |        |              |
| 6  | Kemampuan bekerja secara team work          |        |              |
| 7  | Pengembangan kemampuan diri                 |        |              |
| 9  | Mampu berekreasi secara berkala             |        |              |
| 10 | Optimis terhadap masa depan yang lebih baik |        |              |
| 12 | Produktivitas meningkat                     |        |              |
|    | a.                                          |        |              |
|    | b.                                          |        |              |
|    | c.                                          |        |              |
|    | d.                                          |        |              |
|    | e.                                          |        |              |





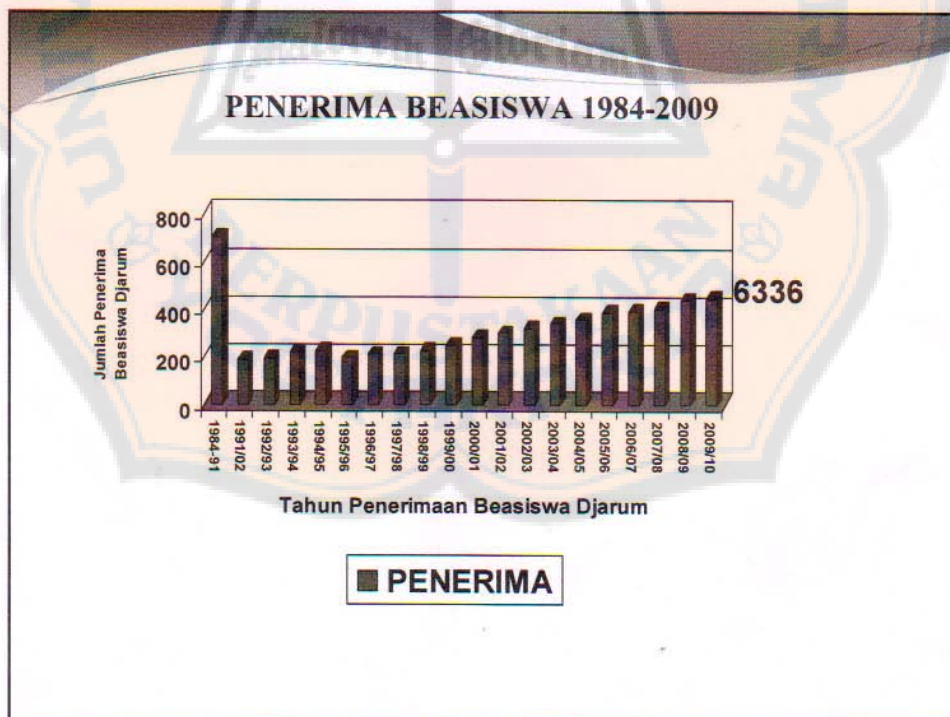
**DJARUM**  
Bakti Pendidikan

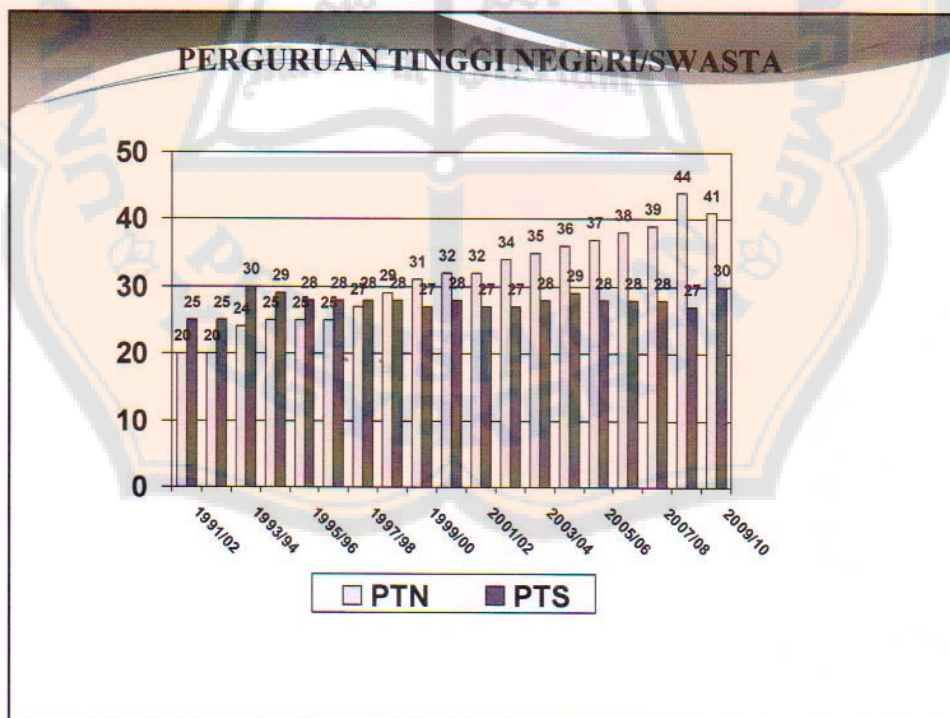
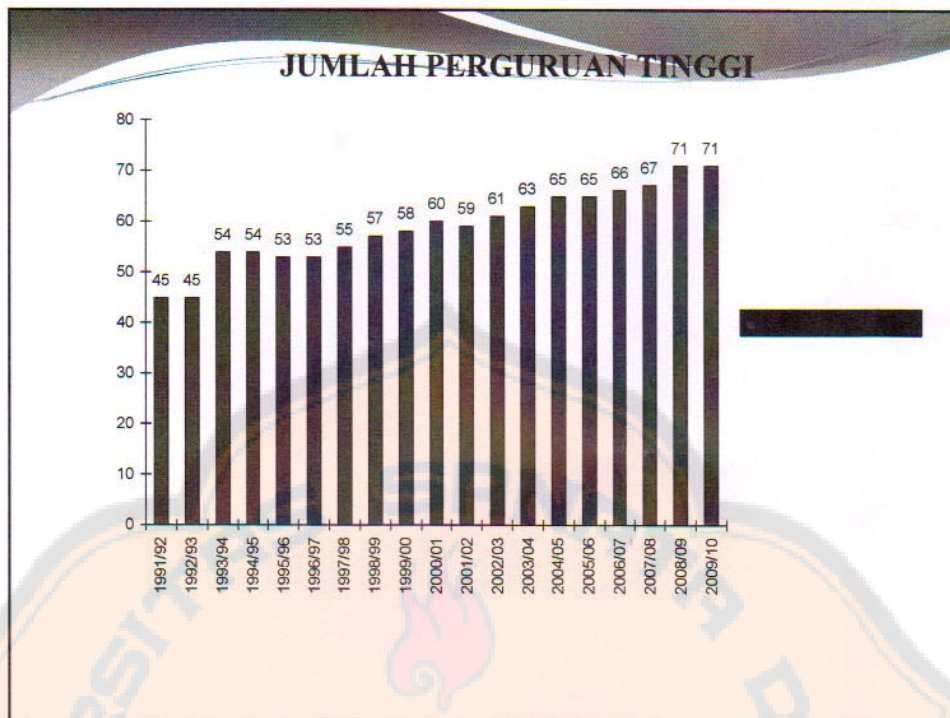
*25 Tahun Memberi Dengan Hati*

## RAMAH TAMAH DAN DISKUSI

Dalam Rangka Acara Penyerahan Beasiswa Prestasi TA 2009/2010

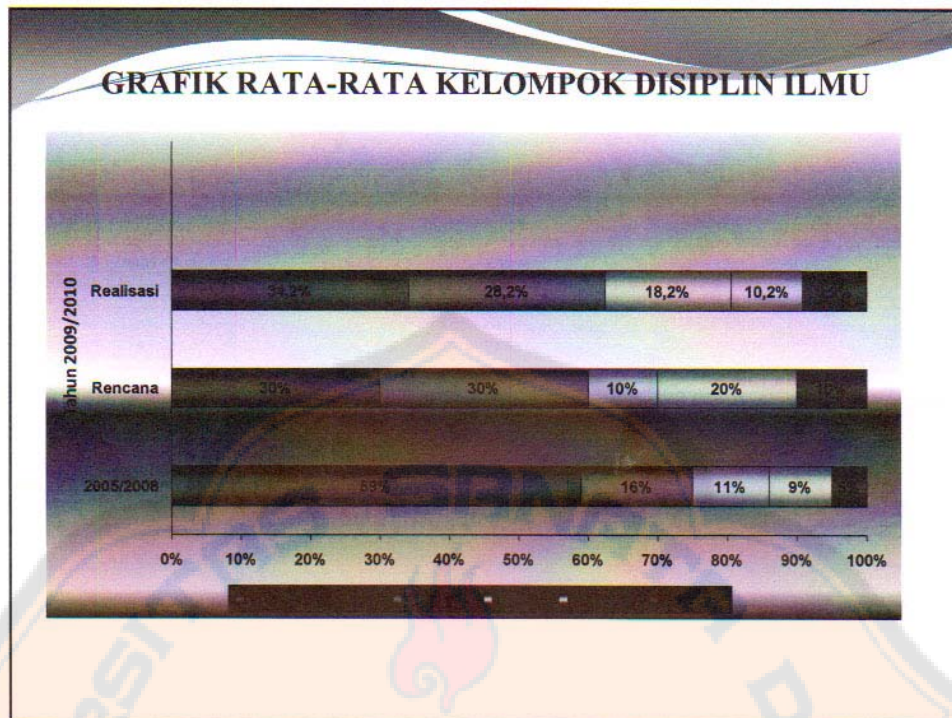
**Forum Silaturahmi Rektor/PR-3 Dan Djarum Bakti Pendidikan**  
Departemen Penelitian & Pengembangan, PT Djarum  
Kudus, 17 Nopember 2009, 09:00~13:00





| DJARUM BAKTI PENDIDIKAN ~ 25 TAHUN                                                                                                                                                             |                         |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--|
| KEGIATAN BESWAN DJARUM SETIAP TAHUN                                                                                                                                                            | VENUES                  |  |
| 1) <b>Factory Visit:</b> Pabrik, PPT, IPAL, Presentasi Korporat dan Diskusi                                                                                                                    | Kudus                   |  |
| 2) <b>Pembekalan:</b> Dr. Renald Kasali "Recode your change DNA"; Yoris Sebastian, Pengusaha Muda "Kewirausahaan"                                                                              | Gedung Admiral Semarang |  |
| 3) <b>Malam Ramah Tamah:</b> Inagurasi Beswan Djarum; Penyerahan Hadiah Pemenang LKT; Idem Pemenang Kompetisi Blog BeswanDjarum dot com; Happening Art, 'On Stage Participation' Beswan Djarum | PRPP-Semarang           |  |
| 4) <b>Outbond:</b> Achievement Motivation Training                                                                                                                                             | Cikole, Lembang         |  |
| 5) <b>Dare To Be A Leader:</b> Dasar-dasar Kepemimpinan, Project Design dan Presentasinya.                                                                                                     | 7 Kota, D/Luar Jawa     |  |
| 6) <b>Road To Campus:</b> Soft Skill Non Beswan Djarum                                                                                                                                         | 8 Kota, D/Luar Jawa     |  |
| 7) <b>Program Regional:</b> Public Speaking, Jurnalistik, Fotografi, EO Project/Seminar/Loka Karya, Sosial                                                                                     | 4 Kota, Regional        |  |
| 8) <b>Lomba Karya Tulis:</b> Seleksi Regional & Nasional                                                                                                                                       | Sby, Smg, Bdg, Jkt      |  |
| 9) <b>Blog Competition:</b> website beswandjarum.com                                                                                                                                           | Nusantara               |  |

| JADUAL BESWAN DJARUM                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Program Nasional:</b></p> <p>Factory Visit dan Pembekalan (Nov'09)</p> <p>Silatnas dan Malam Ramah Tamah (Nov'09)</p> <p>Outbond, Achievement Motivation Training (Jan-Feb'10)</p> <p>Dare To Be A Leader (Mar-Apr'10)</p> <p>Road To Campus (Mei-Jun'10)</p> <p>Lomba Karya Tulis/LKT (Jun-Okt'10)</p> <p>Recruitment Calon Beswan Djarum (Mei-Okt'10)</p> <p>Blog Competition, <a href="http://www.beswandjarum.com">www.beswandjarum.com</a> (Sep-Nov'10)</p> <p><b>Program Regional:</b></p> <p>Bakti Sosial, Donor Darah, Penghijauan, Les Gratis,</p> <p>Pelatihan Praktis – Public Speaking, Jurnalistik, Fotografi, EO</p> <p>Proyek/Seminar/Lokakarya – dll. (April – Sep'10)</p> <p><b>Media Komunikasi:</b></p> <p>Majalah: <b>BestOne</b> (triwulan)</p> <p>website: <a href="http://www.beswandjarum.com">www.beswandjarum.com</a></p> |



**PENERIMA BEASISWA DJARUM (BESWAN DJARUM)  
TAHUN 2009/2010**

| NO | REGIONAL DJARUM | PROVINSI | BESWAN DJARUM |      |        |     | PERGURUAN TINGGI |        | KELOMPOK DISIPLIN ILMU |            |           |         |           |
|----|-----------------|----------|---------------|------|--------|-----|------------------|--------|------------------------|------------|-----------|---------|-----------|
|    | WILAYAH         | JML      | JML           | PIRA | WANITA | JML | NEGERI           | SWASTA | HUMES/SAKSOS/BUK       | TEKNIK/MPA | AKUNTANSI | EKONBIZ | PERTANIAN |
| 1. | JAKARTA         | 12       | 100           | 53   | 47     | 12  | 11               | 1      | 25                     | 30         | 10        | 16      | 19        |
| 2. | BANDUNG         | 1        | 91            | 35   | 56     | 15  | 4                | 11     | 37                     | 16         | 18        | 16      | 4         |
| 3. | SEMARANG        | 2        | 148           | 74   | 74     | 22  | 10               | 12     | 48                     | 48         | 40        | 3       | 9         |
| 4. | SURABAYA        | 10       | 111           | 53   | 58     | 22  | 16               | 6      | 44                     | 33         | 14        | 11      | 9         |
|    | JUMLAH          | 25       | 450           | 215  | 235    | 71  | 41               | 30     | 154                    | 127        | 82        | 46      | 41        |
|    | PRESENTASE      |          |               | 48%  | 52%    |     | 60%              | 40%    | 34,2 %                 | 28,2 %     | 18,2 %    | 10,2 %  | 9,2 %     |



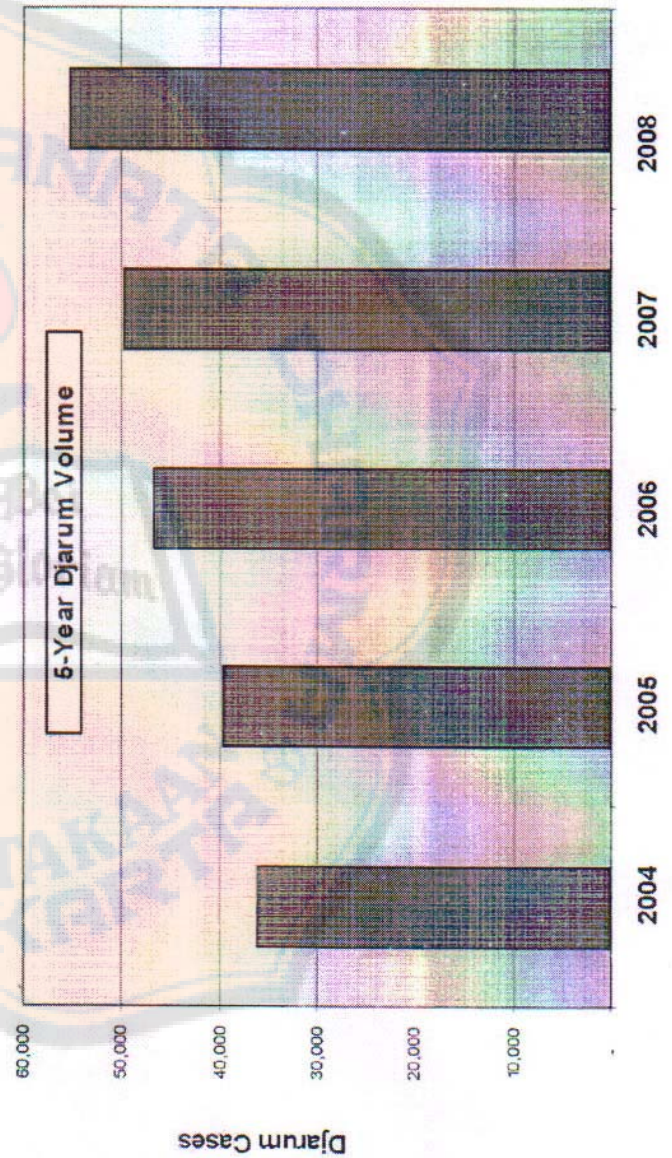
# DJARUM



## Djarum 2008 Brand Review:

### **2008 Case sales were up 11% vs. 2007.**

- 2008 volume 55,000 cases (2,200,000 cartons).
- 5 Years: Djarum Combined Case Sales grew from 36,200 in 2004 to 55,300 in 2008: up 53%
- Djarum C-Store volume has increased 120%+ in same time-period.
- Djarum brand is now projects to \$135.2 million in retail sales (\$149 with SCHIP tax increase)





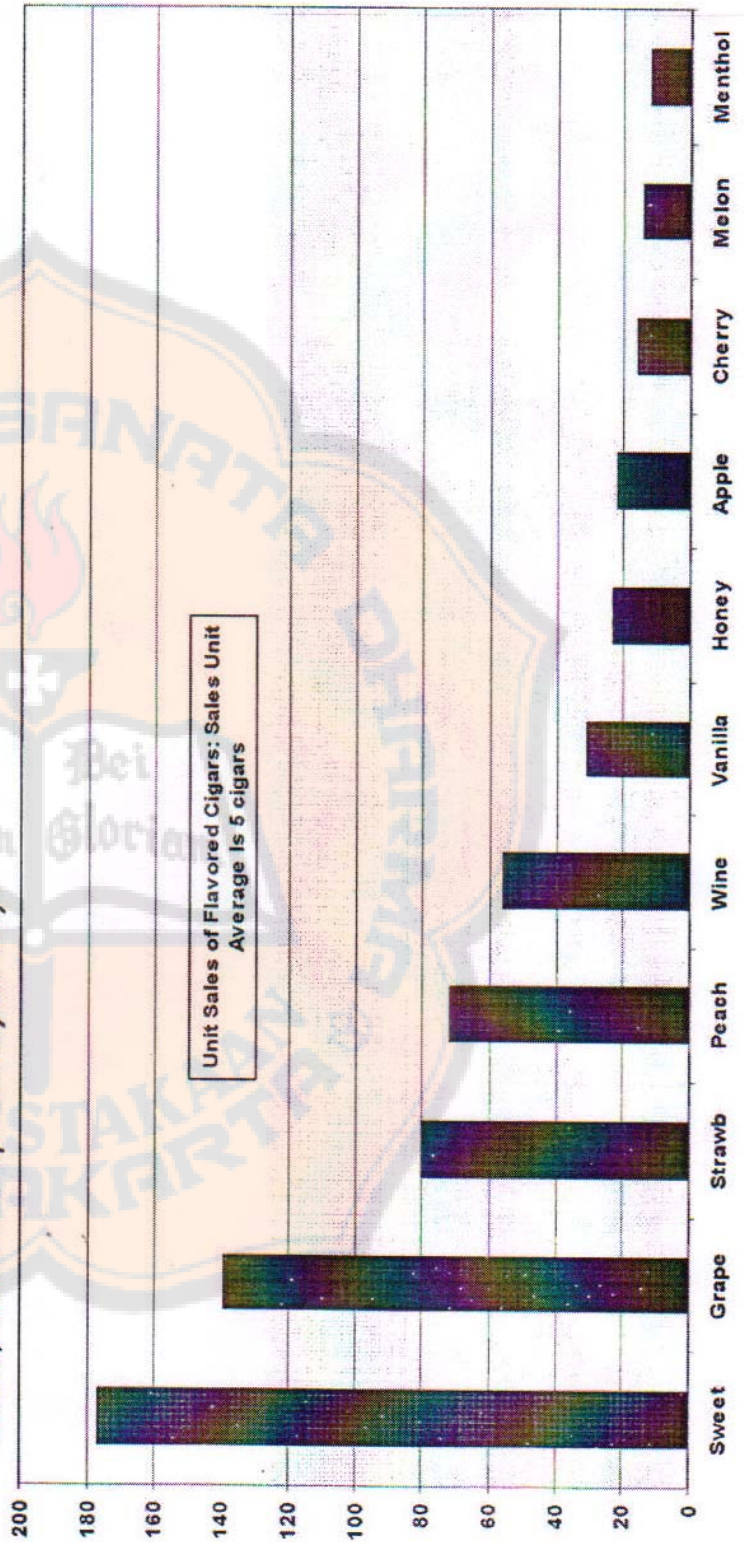
## DJARUM



### Unit\* sales at c-stores of flavored cigars show Djarum strong OTP potential.

- Total flavored cigars = 3,210 million sticks.
- Djarum Black & Special\* = 82 million sticks = 2.6% market share vs. less than 1/2 of 1% share in 2008 cigarettes.

*\*Sales unit average is 5 cigars/pack. Djarum volume based on 30% of cigarettes distributed to c-stores; Black and Special styles only.*



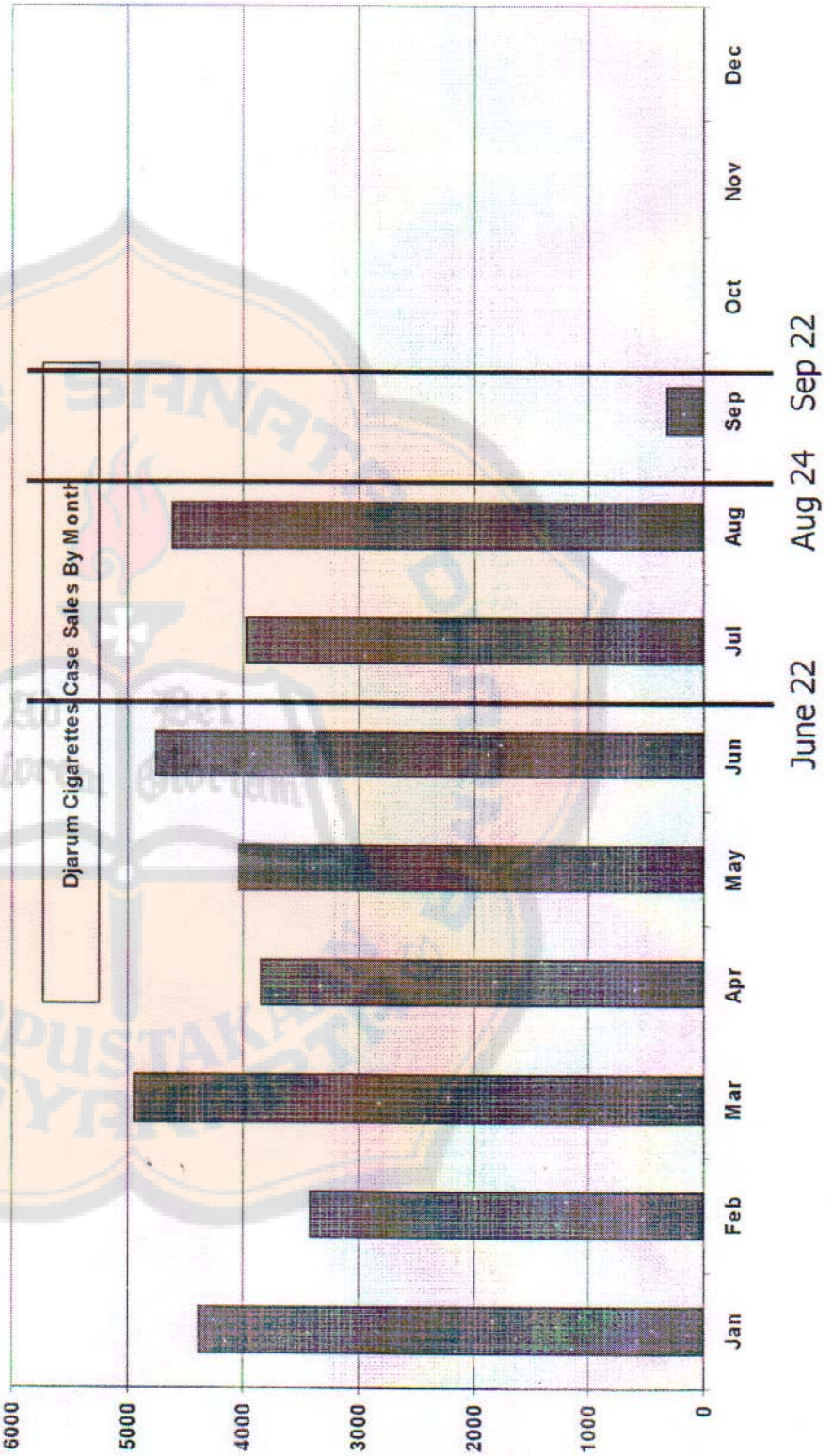


**DJARUM**



### **Djarum 2009 Clove Cigarette Case Sales:**

- 2009 case sales are flat for economic and tax reasons.
- Current Cases on Hand: 7,700. Sales Goal: 8,200 including returns resale.



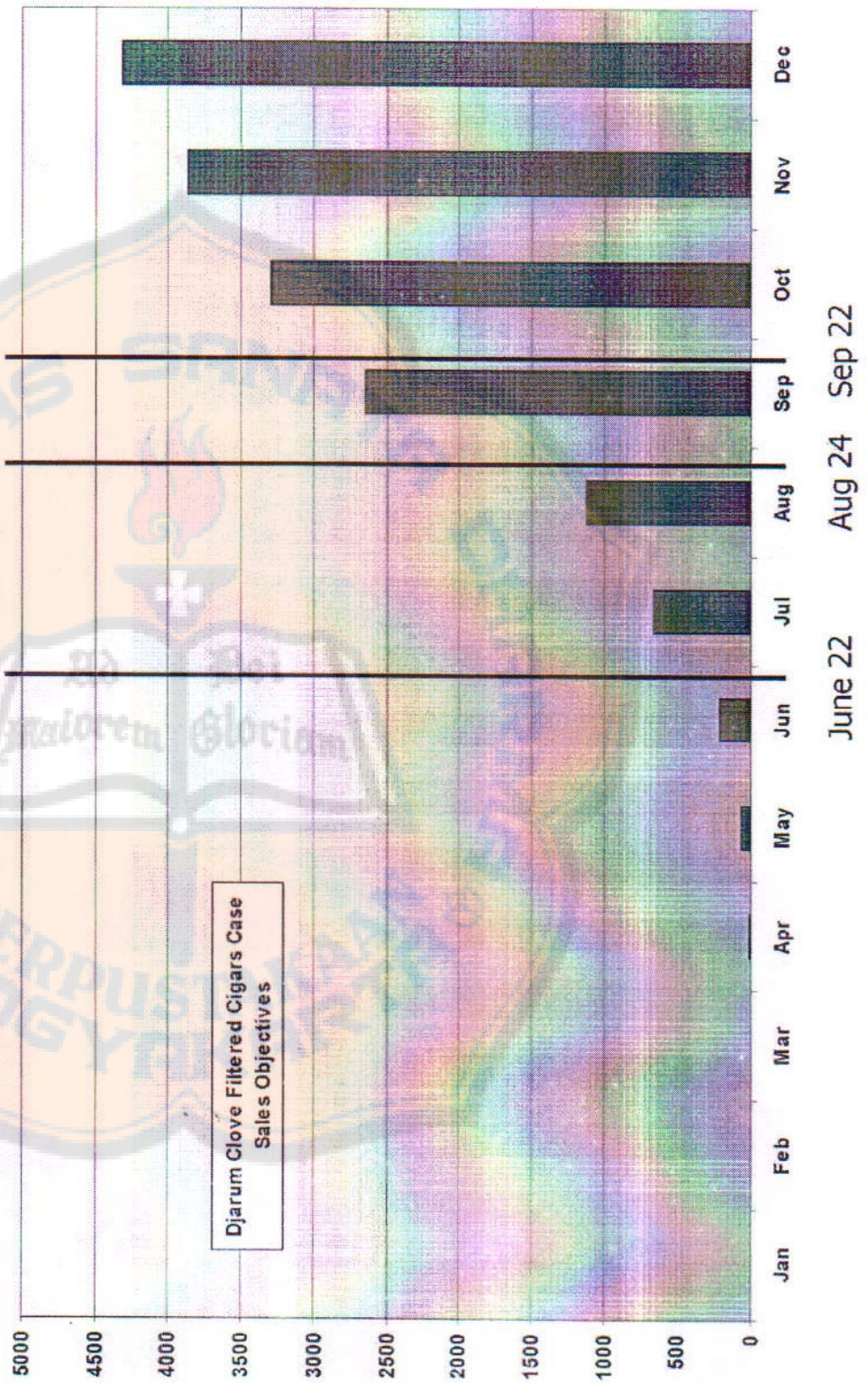


**DJARUM**



## Djarum 2009 Clove Cigar Case Sales Goals:

Minimum goal 3,600 cases/month September – December.



June 22 Aug 24 Sep 22