

## DJARUM FOUNDATION BAKTI BUDAYA DALAM MENINGKATKAN KAPASITAS ALFA SHOOFA BATIK KUDUS

Nurul Fadhilah<sup>1</sup>, Nur Khoiriyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Dakwah dan Pengembangan Masyarakat, Institut Pesantren Mathali'ul Falah  
Email: Nurulfadhilah6699@gmail.com; khoir@ipmafa.ac.id

### Artikel histori:

Submit: 20-08-2023

Revisi: 20-09-2023

Diterima: 03-10-2023

Terbit: 21-10-2023

### Kata Kunci:

*Djarum Foundation,  
Alfa Shoofa Batik  
Kudus,  
business  
improvement*

### Korespondensi:

khoir@ipmafa.ac.id

**Abstrak:** *PT Djarum which is called the Djarum Foundation. This researcher discusses the Djarum Bakti Budaya Foundation in improving the efforts of Alfa Shoofa Batik Kudus. Alfa Shoofa Batik Kudus is one of the batik businesses in Kudus. The discussion in this study discusses the strategy and implementation of the Djarum Foundation in enhancing the efforts of Alfa Shoofa Batik Kudus. This research uses descriptive qualitative research in the form of field research, while data collection techniques such as observation, interviews, and documents. The results showed that the Djarum Bakti Budaya Foundation was a form of concern for the cultural results of the Indonesian people. Meanwhile, Alfa Shoofa Batik Kudus is a home for the production of traditional handmade batik, hats and embroidery that is lifted and preserves the culture of Kudus. In enhancing Batik Alfa Shoofa's business, the Djarum Foundation has a strategy of (1) approving, (2) developing human resources, (3) developing promotion. The assessment stage, the assessment stage, installation of treatment, maintenance of actions, monitoring and evaluation, termination and action. Development is carried out using Direct Contacts which is carried out with business training in the form of tourism.*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## PENDAHULUAN

*Corporate social Responsibility* menurut *European Commission* merupakan sebuah konsep dengan mana perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan (Rahmatullah, 2017). CSR (*Corporate Social Responsibility*) sangatlah penting dilakukan guna menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar (Dwi Kartini, 2013). PT Djarum adalah sebuah perusahaan rokok ternama dimana perusahaan tersebut harus ada CSR. PT Djarum mendirikan Djarum Foundation yang merupakan organisasi nirlaba yang mengurus CSR Djarum.

Pengembangan masyarakat merupakan upaya meningkatkan kondisi masyarakat menjadi lebih baik dari sebelumnya melalui kegiatan-kegiatan yang

sudah direncanakan. Pengembangan masyarakat pada saat ini masih menjadi isu yang cukup relevan untuk dibicarakan seiring dengan menguatnya kesadaran masyarakat untuk mengambil peran secara lebih partisipatif dalam proses pembangunan. Pengembangan dalam penelitian ini yakni mengenai pengembangan peningkatan usaha yang dilakukan Djarum Foundation Bakti Budaya.

Alfa Shoofa Batik Kudus adalah sebuah rumah produksi batik tulis, batik cap dan bordir tradisional yang mengangkat dan melestarikan seni dan budaya di Kota Kudus melalui batik dan bordir. Berawal dari bordir yang seiring perkembangannya beranjak pada batik. Dimana mereka selalu berinovasi dan berkreasi menciptakan batik bordir yang modern dan sejalan dengan tren mode saat ini.

Djarum Foundation Bakti Budaya giat mengembangkan Alfa Shoofa Batik Kudus, menggagas pembinaan serta mengadakan pelatihan secara rutin demi mengangkat kehidupan kembali industri dan motif Batik khas Kudus. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi Djarum Foundation Bakti Budaya dalam meningkatkan kapasitas usaha pada Alfa Shoofa Batik Kudus?, dan bagaimana implementasi Djarum Foundation Bakti Budaya dalam meningkatkan kapasitas usaha pada Alfa Shoofa Batik Kudus?

Adapun tujuan dari peneliti ini adalah untuk mengetahui strategi dan pelaksanaan program Djarum Foundation Bakti Budaya dalam meningkatkan kapasitas usaha pada Alfa Shoofa Batik Kudus. Dengan adanya penelitian ini akan dapat menunjang kajian tentang Djarum Foundation Bakti Budaya khususnya, dan pengaruhnya dalam meningkatkan kapasitas usaha Alfa Shoofa pada umumnya. Dengan penelitian ini diharapkan mampu membantu dalam menganalisis meningkatkan kapasitas usaha pada Alfa Shoofa Batik Kudus dan dapat memberikan kontribusi berupa sumbangan pemikiran kepada pihak akademik maupun program studi Pengembangan Masyarakat Islam.

Teori menjadi bagian penting dalam penelitian. Melaksanakan CSR setidaknya memiliki langkah yang tepat. Dalam melaksanakan CSR, strategi CSR yang digunakan menurut Jeremy Galbreath dalam buku CSR (*Corporate Social Responsibility*) ada empat strategi yang diacu:

1. Strategi pemegang saham bahwa perusahaan hanya memiliki tanggung jawab kepada masyarakat, yaitu tanggungjawab ekonomi.
2. Strategi altruistik adalah yang didasarkan atas memberikan kembali kepada masyarakat dalam bentuk sumbangan moneter untuk berbagai kelompok dan penyebab.
3. Strategi timbal balik mengambil pendekatan yang lebih strategis untuk CSR dalam hal memandang tanggungjawab sosial sebagai bisnis yang baik.
4. Strategi kewarganegaraan adalah yang paling strategis. Dalam strategi kewarganegaraan, perusahaan mengidentifikasi dan dialog dengan para pemangku kepentingan sebagai bagian dari masukan untuk perumusan strategi perusahaan (Totok Mardikano, 2014)

Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan CSR dalam perusahaan adalah sebagai berikut: *Pertama*, Assesment. Proses assesment merupakan kegiatan mengidentifikasi masalah (kebutuhan yang dirasakan atau *felt needs*) ataupun kebutuhan yang diekspresikan (*expressed needs*), dan juga sumber daya yang dimiliki komunitas sasaran. Dalam proses ini masyarakat dilibatkan secara aktif agar mereka dapat merasakan bahwa permasalahan yang dibicarakan benar-benar

permasalahan yang dirasakan dari mereka sendiri (Rahmatullah, 2017). *Kedua, Plan of Treatment.* Perencanaan kegiatan merupakan proses pengembangan rencana kerja berdasarkan hasil *assesment* yang telah dilakukan. Hasil kajian masalah dan potensi masyarakat dijadikan sebagai bahan untuk menyusun rencana kegiatan tersebut benar-benar dapat dilakukan oleh masyarakat. Terdapat dua level perencanaan yang dilakukan: Perencanaan tingkat masyarakat, yaitu perencanaan yang dilakukan oleh masyarakat atau perwakilan masyarakat berdasarkan hasil musyawarah bersama. Perencanaan tingkat lembaga, yaitu perencanaan yang dimunculkan dari hasil perencanaan kebutuhan yang dilakukan oleh masyarakat dampingan.

*Ketiga, Treatment of Action.* Tahap pelaksanaan merupakan salah satu tahap yang paling krusial dalam pelaksanaan CSR. Pelaksanaan kegiatan sebaiknya diorganisir oleh anggota masyarakat sendiri, sedangkan staf CSR hanya berperan sebagai fasilitator pendamping. Dalam pelaksanaan program CSR di masyarakat, dibutuhkan peran aktif kader lokal atau relawan lokal yang berasal dari unsur masyarakat. *Keempat, Monitoring and Evaluation.* Monitoring merupakan pemantauan yang dilakukan secara terus menerus terkait proses pelaksanaan program CSR. Monitoring dilakukan secara berkala selama berlangsungnya suatu kegiatan atau proyek. Sedangkan evaluasi menilai secara keseluruhan apakah pelaksanaan program CSR tersebut dilakukan sesuai rencana atau ketentuan yang telah disusun sebelumnya.

*Kelima, Termination.* Terminasi adalah tahap pemutusan program secara formal pada masyarakat penerima. Kadangkala dalam program pemberdayaan, lembaga melupakan proses terminasi sehingga program yang seharusnya mengatasi masalah kemiskinan malah membuat masyarakat tergantung kepada program atau bantuan perusahaan. Dengan demikian program tidak dapat berkembang ke tempat atau sasaran yang lebih luas. *Keenam, After Care.* Walaupun program secara formal telah berakhir, secara informal staf CSR sebaiknya masih mengunjungi secara berkala dan memantau proses pengalihan mandat program kepada masyarakat (Rahmatullah, 2017).

Beberapa penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini yakni pertama, “*Pelaksanaan Program Kerja CSR PT Djarum dalam Meningkatkan Produktivitas Masyarakat (Studi Kasus Program Community Empowerment di Desa Sodo, Paliyan, Gunungkidul Yogyakarta)*” ditulis oleh Nur Afni Khafsoh, Skripsi Fakultas Dakwah Universita Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Nur Afni Khafsoh, 2013). Kedua, “*Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Djarum Foundation Dalam Mengembangkan Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (Studi Kasus Program Peningkatan Kualitas Sekolah Menengah Kejuruan Raden Umar Said Kudus)*” ditulis oleh Ivana Elia, Skripsi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga (Ivana Elia, 2016). Ketiga, “*Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) pada Perusahaan Industri Rokok (Studi Pada PT Djarum Kudus, Jawa Tengah)*” ditulis oleh Akmal Lageranna, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makasar (Akmal Lageranna, 2013).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dan dokumen. (Moleong, 2007) Adapun sumber data yang digunakan

adalah *person, place dan person* dari Djarum Foundation dan Alfa Shoofa Batik Kudus. Analisis yang digunakan *collecting data, data reduction, data display, dan conclusion* (Burhan Bungin, 2003). Sedangkan dalam memvalidasi data menggunakan teknik Triangulasi dengan membandingkan data pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen (John W. Creswell, 2015)

## PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan. [Trebuchet MS 12, normal].

Strategi Djarum Foundation dalam mengembangkan ekonomi pada Alfa Shoofa Batik Kudus yaitu: *Pertama*, Mengidentifikasi. Mengidentifikasi pembatik-pembatik Kudus dengan cara memetakan potensi masyarakat yang masih membatik maupun yang sudah memiliki usaha batik seperti yang dijelaskan Asa Djatmiko selaku Pihak Bidang Humas & CSR. “*Dalam mengembangkan atau membangkitkan kembali batik Kudus dimulai dari memetakan potensi masyarakat yang masih membatik dan yang sudah membatik dan berusaha dengan batiknya*” (Asa Djatmiko, 2019).

*Kedua*, Mengembangkan Sumber Daya Manusia. Mengembangkan sumber daya manusia yang dimaksud adalah mengembangkan potensi yang ada pada pembatik Kudus. Mengembangkan potensi yang dilakukan dengan mengadakan pelatihan membatik pada pembatik Kudus. Pelatihan yang dilakukan pada awal pembelajaran sekitar 4-5 tahun yang telah dijelaskan oleh Asa Djatmiko selaku Pihak Bidang Humas & CSR. “*Djarum Foundation Bakti Budaya mengadakan pelatihan membatik pada saat awal-awal kemarin sekitar 4-5 tahun*” (Asa Djatmiko, 2019).

*Ketiga*, Mengembangkan Pemasaran. Mengembangkan pemasaran dalam hal ini Djarum Foundation mengadakan workshop batik. Workshop merupakan sebuah acara atau kegiatan dimana beberapa orang yang memiliki keahlian di bidang tertentu berkumpul. Workshop Djarum Foundation yakni mengadakan pameran-pameran batik. Adanya workshop diharapkan dapat membantu dalam memasarkan batik Kudus yang sempat punah agar batik Kudus kembali dikenal oleh masyarakat. Djarum Foundation Bakti Budaya menggunakan strategi timbal balik.

Strategi ini memandang tanggungjawab sosial sebagai bisnis yang baik. Bisnis yang baik itu yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain agar menjadi lebih baik. Djarum Foundation telah banyak memberikan bantuan dan pembelajaran terhadap Alfa Shoofa Batik sehingga usaha tersebut menjadi usaha yang berkembang pesat pada saat ini. Berbagai cara yang dilakukan Djarum Foundation Bakti Budaya untuk mengembangkan ekonomi Batik Kudus sangatlah bermanfaat bagi Alfa Shoofa Batik Kudus.

Pelaksanaan Djarum Foundation Bakti Budaya dalam meningkatkan usaha Alfa Shoofa Batik Kudus yaitu:

### Media Promosi

*Pertama*, Media promosi Media promosi merupakan media yang digunakan dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa. Dengan adanya media promosi

diharapkan dapat menaikkan penjualan dan mengenalkan ke masyarakat. Djarum Foundation memberikan bantuan kepada Alfa Shofa berupa media promosi. Dengan adanya bantuan media promosi Alfa Shofa semakin banyak dikenal orang. Media promosi yang diberikan yakni berupa papan nama, paper bag, dan box.

Kedua, Pameran Nasional GIK (Galeri Indonesia Kaya). Galeri Indonesia Kaya merupakan ruang edutainment budaya persembahan Bakti Budaya Djarum Foundation yang berbasis teknologi digital dari Indonesia yang menyuguhkan informasi kekayaan budaya nusantara. Berada di Grand Indonesia, yang menawarkan alternatif dalam mempelajari tradisi budaya Indonesia dengan cara yang lebih mudah, modern, menyenangkan dan gratis.

Galeri Indonesia Kaya memiliki auditorium berkapasitas 150 yang menyuguhkan tontonan budaya, mulai dari seni panggung, musik, pemutaran film, diskusi budaya, seminar dan workshop (Indonesiakaya.com, 2019). Alfa Shoofa Batik diajak mengikuti event GIK untuk ikut mempromosikan batik-batik melalui pameran. Hal itu bertujuan untuk melestarikan sekaligus mempopulerkan Batik Kudus.

GBN (Gelar Batik Nusantara), GBN merupakan pagelaran batik nusantara yang dilaksanakan sejak 1996 oleh Yayasan Batik Indonesia. GBN rutin diselenggarakan setiap tahunnya. Pagelaran Batik Nusantara menyajikan batik-batik Indonesia untuk memperkenalkan ke khalayak ramai. Bahwa batik memiliki beragam corak dan motif yang khas (Gelarbatiknusantara2019.com, 2019). Alfa Shoofa Batik Kudus juga pernah mengikuti event GBN pada tahun 2017 di Jakarta.

Wedari, Wedari berasal dari kata “Wedara” dari bahasa Sanskerta yang berarti taman bunga di keraton dan istana. Wedari merupakan proyek kolaborasi peragaan tunggal desainer Denny Wirawan bersama Bakti Budaya Djarum Foundation. Peragaan Wedari yang dihelat di Kempinski Hotel, Indonesia Jakarta pada hari Kamis tanggal 28 September 2017 untuk mempopulerkan kembali batik Kudus yang sempat berjaya sebelum era 1950-an dan mengangkat batik Kudus sebagai salah satu warisan (M-antaranewscom.cdn.ampproject.org, 2019). Alfa Shoofa menjadi bagian dari wedari pada tahun 2017 dalam pemilihan dan pembuatan motif batik Kudus. Persiapan wedari dilakukan 1 tahun sebelumnya. Alfa Shoofa juga dibimbing untuk menciptakan batik sesuai standar yang ada. Dalam pagelaran tersebut ibu Ummu memperoleh penghargaan dari Djarum Foundation atas karya dan dedikasinya pada Batik Kudus.

### **Pelatihan/pembinaan**

Pelatihan dan pembinaan yang dilakukan Djarum kepada pembatik selama kurang lebih 4-5 tahun. Di Alfa Shoofa Batik Kudus Djarum Foundation memberikan pelatihan untuk mengembangkan batik agar sesuai dengan standar yang ada serta berinovasi dalam membatik. Dalam pelatihan disini bukan melatih cara membuat batik, namun menginovasikan desain dan warna. Mendesain lebih ke layout dan pemilihan motif sedangkan yang warna yakni mengombinasikan warna yang lawasan dengan yang kontemporer. Seperti yang dijelaskan Fieke Hilma: “Pelatihan yang diberikan Djarum yakni menginovasikan batik terutama desain dan warna, maksudnya desain lebih ke layout dan pemilihan motif & warna yang lawasan dikombinasikan dengan yang kontemporer” (Fieke Hilma A. R, 2019).

## Mematenkan Hak Cipta

Djarum Foundation Bakti Budaya juga ikut membantu dalam mematenkan hak cipta. Mematenkan hak cipta juga membantu Alfa Shoofa batik agar karya batik yang dimilikinya tidak bisa di akui oleh pihak lain. “Yang diberikan Djarum Foundation pada saya itu berupa media promosi yaitu nama, paper bag dan box, setelah itu mengajak pameran-pameran GBN, GIK, dan Wedari. Lalu mengadakan pelatihan membatik yang sesuai standar agar semakin berkualitas. Terakhir ikut membantu mematenkan hak cipta agar tidak bisa ditiru dari pihak yang lain. (Ummu Asiyati, 2019).

## KESIMPULAN

Mengembangkan ekonomi pada Alfa Shoofa Batik Djarum Foundation Bakti Budaya memiliki strategi. Adapun strategi tersebut yakni mengidentifikasi, mengembangkan sumber daya dan mengembangkan pemasaran. Djarum Foundation Bakti Budaya menggunakan strategi timbal balik. Strategi ini memandang tanggungjawab sosial sebagai bisnis yang baik. Implementasi pengembangan ekonomi pada Alfa Shoofa Batik Kudus ada beberapa tahap yang dilakukan Djarum Foundation yaitu *Assesment, Plan of Treatment, Treatment of Action, Monitoring and Evaluation, Termination* dan *After Care*.

## REFERENSI

- Akmal Lageranna, (2013) *Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responbility/CSR) pada Perusahaan Industri Rokok (Studi Pada PT Djarum Kudus, Jawa Tengah)*, Skripsi Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makasar
- Bungin, Burhan, (2003) *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ivana Elia,(2016) *Pelaksanaan Program Corporate Social Responbility (CSR) Djarum Foundation dalam Mengembangkan Pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan (Studi Kasus Program Peningkatan Kualitas Sekolah Menengah Kejuruan Raden Umar Said Kudus)*, Skripsi Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- J. Moleong, Lexy, (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- John W. Creswell, (2015), *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset, memilih diantara lima pendekatan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kartini, Dwi, (2013) *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, Bandung: PT Refika Aditama,
- Nur Afni Khafsoh, (2013) *Pelaksanaan Program Kerja CSR PT Djarum dalam Meningkatkan Produktivitas Masyarakat (Studi Kasus Program Community Empowerment di Desa Sodo, Paliyan, Gunungkidul Yogyakarta)*, Skripsi Fakultas Dakwah Universita Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
- Rahmatullah, (2017) *Buku Pintar CSR Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Samudra Biru
- Totok Mardikano, (2014) *CSR Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, Bandung: Alfabeta

<https://www.indonesiakaya.com/galeri-indonesia-kaya/tentang-kami> diakses pada tanggal 17 Juli 2019

<http://gelarbatiknusantara2019.com/> diakses pada tanggal 17 Juli 2019 pukul 11.50 <https://m-antaranews.com.cdn.ampproject.org/v/s/m.antaranews.com/amp/berita/655329/wedari-tampilkan-kekayaan-ragam-motif-langka-batik-kudus> diakses pada tanggal 17 Juli 2019

Hasil wawancara dengan Asa Djatmiko di PT Djarum pada tanggal 18 Juni 2019 Hasil wawancara dengan Fieke Hilma A. R di Alfa Shoofa Batik Kudus pada tanggal 06 Juli 2019

Hasil wawancara dengan Ummu Asiyati di Alfa Shoofa Batik Kudus pada tanggal 02 Juli 2019