

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Etika Bisnis Dan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Model *Triple Bottom Line* Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan di Mayangkara Group Blitar” ini ditulis oleh Ayu Eka Putri, NIM.17402163672, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini adalah pentingnya penerapan etika bisnis dan *Corporate Sosial Responsibility* bagi suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan citra perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mendeskripsikan bentuk implementasi etika bisnis dan CSR model *triple bottom line* dalam upaya meningkatkan citra perusahaan, (2) untuk mendeskripsikan keterkaitan implementasi etika bisnis dan CSR model *triple bottom line* dengan upaya peningkatan citra perusahaan, (3) untuk menganalisis kendala yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan etika bisnis dan CSR model *triple bottom line* dalam upaya meningkatkan citra perusahaan, (4) untuk menganalisis kesesuaian implementasi etika bisnis dan CSR dalam upaya meningkatkan citra perusahaan ditinjau dari prespektif ekonomi syariah. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara mendalam (*Indept interview*) dan dokumentasi. Adapun subjek penelitian ini adalah pihak Mayangkara Group yang terlibat langsung dalam penerapan etika bisnis dan CSR. Sedangkan analisis data terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis yang dijalankan Mayangkara Group tidak hanya didasarkan profesionalisme berbasis *profit oriented* namun Mayangkara Group membangun bisnisnya didasarkan pada pelayanan yang optimal bagi pelanggan serta penerapan etika bisnis yang religius dan berorientasi ibadah. Sedangkan pada aspek *corporate sosial responsibility*, Mayangkara Group menerapkan tiga aspek *triple bottom line* yakni *economic line*, *sosial line* dan *enviromental line* yang dibingkai dalam nilai – nilai religius yang dilandasi niat ibadah dan keikhlasan serta didalamnya terdapat pentasyarufan zakat, infaq dan shadaqah. Berdasarkan hasil penelitian, berbagai program dan pelayanan yang diberikan Mayangkara Group yang berciri khas religiusitas telah membuat masyarakat menaruh kepercayaan dan memberikan perhatian lebih terhadap Mayangkara Group sehingga dengan sendirinya dapat membentuk citra positif di masyarakat sekitar. Jika dilihat dari prespektif ekonomi syariah, pada dasarnya penerapan etika bisnis dan CSR yang diterapkan oleh Mayangkara Group sudah sesuai dengan ketentuan ekonomi syariah, hal ini dapat terlihat dengan penerapan ajaran ihsan dan penerapan CSR yang didalamnya terdapat zakat, infaq dan shadaqah serta melandasi kegiatan dengan nilai – nilai religius dan menjadikan bekerja sebagai ibadah serta tidak hanya mengejar tujuan dunia semata namun menjadikan tujuan akhirat untuk mendapat keridhaan dari Allah SWT.

Kata kunci : Etika Bisnis, Corporate Sosial Responsibility, Citra Perusahaan

ABSTRACT

This thesis entitled "Business Ethics and Corporate Social Responsibility (CSR) Triple Bottom Line Model in Efforts to Improve Company Image in Mayangkara Group Blitar" was written by Ayu Eka Putri, NIM. 17402163672, mentor Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

The background of this research is the importance of implementing business ethics and Corporate Social Responsibility for a company in an effort to improve the company's image. The objectives of this study are (1) to describe the implementation of business ethics and CSR in the triple bottom line model in an effort to improve the company's image, (2) to describe the relationship between the implementation of business ethics and CSR in the triple bottom line model with efforts to improve corporate image, (3) to analyze the obstacles faced by companies in implementing business ethics and CSR triple bottom line models in an effort to improve corporate image, (4) to analyze the suitability of the implementation of business ethics and CSR in an effort to improve corporate image in terms of sharia economic perspective. This research method uses qualitative research with a qualitative descriptive approach. The data collection methods used were observation, in-depth interviews (indept interview) and documentation. The subject of this research is the Mayangkara Group which is directly involved in the application of business ethics and CSR. While data analysis consists of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that the implementation of business ethics carried out by the Mayangkara Group is not only based on profit-oriented professionalism, but Mayangkara Group builds its business based on optimal service for customers as well as the application of religious and worship-oriented business ethics. Meanwhile, in the aspect of corporate social responsibility, the Mayangkara Group applies three aspects of the triple bottom line, namely the economic line, social line and environmental line, which are framed in religious values based on religious intentions and sincerity and include the provision of zakat, infaq and shadaqah. Based on the research results, various programs and services provided by the Mayangkara Group that are characterized by religiosity have made people trust and pay more attention to the Mayangkara Group so that by themselves they can form a positive image in the surrounding community. When viewed from a sharia economic perspective, basically the application of business ethics and CSR implemented by the Mayangkara Group is in accordance with the provisions of sharia economics, this can be seen by the application of ihsan teachings and the application of CSR which includes zakat, infaq and shadaqah and underlies activities with religious values and making work as worship and not only pursuing the goals of the world alone but making the goal of the hereafter to get the pleasure of Allah SWT.

Keywords: Business Ethics, Corporate Social Responsibility, Company Image