

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. Definisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (selanjutnya akan di singkat CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.¹ Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban untuk mengambil tindakan yang melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan serta kepentingan organisasi.²

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dinyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.³

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu konsep yang mewajibkan perusahaan untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan para *stakeholder* dalam kegiatan operasinya mencari keuntungan. *Stakeholder* yang di maksud diantaranya adalah para *share holder*, karyawan (buruh), *customer*, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM) dan lain sebagainya.⁴

¹ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 208.

² Sutarno, *Serba-serbi Manajemen Bisnis*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2012, hlm. 21.

³ Bambang Rudito & Melia Famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Rekayasa Sains, Bandung, 2013, hlm. 106.

⁴ Abdul Aziz, *Opcit.*, hlm. 209-210.

2. Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Dalam perkembangan etika bisnis sampai saat ini terdapat gagasan yang lebih komprehensif mengenai lingkup tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu: ⁵

- a. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.

Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial ini dimaksudkan untuk membantu memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan-kegiatan sosial ini sangat beragam, misalnya menyumbangkan dana untuk membangun rumah ibadah, membangun prasarana dan fasilitas sosial dalam masyarakat (listrik, jalan, air, tempat rekreasi dan sebagainya), melakukan penghijauan, menjaga sungai dari pencemaran atau ikut membersihkan sungai dari polusi, melakukan pelatihan cuma-cuma bagi pemuda yang tinggal disekitar perusahaan, memberi beasiswa kepada anak dari keluarga yang kurang mampu ekonomi dan seterusnya.

- b. Keuntungan ekonomis

Menurut Milton Friedman, satu-satunya tanggung jawab sosial perusahaan adalah mendatangkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan. Oleh karena itu, berhasil tidaknya suatu perusahaan, secara ekonomis dan moral dinilai dari lingkup tanggung jawab sosial ini.

- c. Lingkup tanggung jawab sosial perusahaan yang ketiga adalah memenuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat, baik yang menyangkut kepentingan bisnis maupun yang menyangkut kehidupan sosial pada umumnya.

Sebagai bagian integral dari masyarakat, perusahaan mempunyai kewajiban dan juga kepentingan untuk menjaga ketertiban dan

⁵ Suparmyo, *Corporate Social Responsibility: Teori dan Praktik*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, 2010, hlm. 173-174.

keteraturan sosial. Tanpa hal tersebut kegiatan bisnis perusahaan tersebut pun tidak akan berjalan. Salah satu bentuk dan wujud tanggung jawab sosial perusahaan adalah dengan mematuhi aturan hukum yang berlaku. Kalau perusahaan tidak mematuhi aturan hukum yang ada, sebagaimana halnya semua orang lainnya, maka ketertiban dan keteraturan masyarakat tidak akan terwujud.

Jadi, perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial dan moral untuk taat pada aturan bisnis yang ada, tidak hanya demi kelangsungan bisnis, melainkan juga demi menjaga ketertiban dan keteraturan baik dalam iklim bisnis maupun keadaan sosial pada umumnya.

- d. Hormat pada hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak-pihak terkait yang punya kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

3. Teori-Teori Pemikiran CSR

Oliver Laas mengemukakan sedikitnya 5 landasan yang menempatkan CSR sebagai strategi bisnis:⁶

- a. CSR sebagai strategi bersaing (Porter dan Krammer); yaitu yang menempatkan CSR sebagai keunikan bisnis untuk memenangkan persaingan. Hal ini disebabkan karena, perusahaan yang melakukan CSR memiliki keunikan yang terkait dengan tanggung jawabnya dalam pengelolaan bisnis yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, bisnis yang senantiasa menaati hukum/peraturan yang berlaku, hukum yang selalu mengedepankan etika (jujur, transparan, anti korupsi, dll.), serta senantiasa peduli dengan masalah-masalah (sosial) yang sedang dihadapi oleh masyarakat di sekitarnya.
- b. CSR sebagai strategi pengelolaan sumber daya alam (Wenerfelt/Banney) yang tidak hanya memiliki makna pelestarian sumber

⁶ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Korporasi)*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 158-160.

daya hayati, tetapi juga pencegahan kerusakan sumber daya alam yang mengakibatkan bencana, tetapi juga pelestarian sumber daya yang dibutuhkan bagi keberlanjutan bisnis (bahan baku dan energi). Selain itu, pengelolaan sumber daya alam melalui praktik-praktik: *reduce* (penghematan), *reuse* (pemanfaatan ulang), dan *recycle* (pemanfaatan produk daur ulang), sesungguhnya merupakan praktik bisnis yang menguntungkan.

- c. CSR sebagai strategi memuaskan *stakeholder* (Freeman), merupakan praktik bisnis yang terus-menerus menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan internal dan pelanggan eksternal untuk selanjutnya, kepuasan dan loyalitas pelanggan, pada gilirannya akan berdampak pada peningkatan aksesibilitas dalam memperoleh permodalan, aksesibilitas pemasaran produk, serta aksesibilitas kebijakan untuk memperoleh dukungan politik dari pemerintah dan tokoh-tokoh masyarakat. Selain itu, kepuasan dan loyalitas pelanggan juga merupakan strategi yang dapat diandalkan sebagai keunggulan bersaing untuk menghadapi pesaing tradisional dan pesaing (baru) yang potensial.
- d. CSR sebagai strategi mengatasi isu dan krisis (Ansoff), oleh pelaku bisnis dapat digunakan sebagai “alat” untuk memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan dalam menghadapi isu-isu (negatif, yang merugikan) melalui terbangunnya citra perusahaan (seperti: isu lingkungan, isu kualitas produk, dll.). Di pihak lain, praktik CSR yang membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, sangat efektif dalam menghadapi krisis (utamanya yang berkaitan dengan krisis keuangan, krisis pemasaran, krisis ketenagakerjaan).
- e. CSR sebagai implementasi strategi *philanthropy*, manajemen lingkungan, dan penilaian dampak. Strategi *philanthropy* akan berdampak pada: kepuasan dan loyalitas pelanggan utamanya dalam menghadapi isu-isu dan kritis. Manajemen lingkungan akan berdampak pada terjaminnya pasokan bahan baku dan energi,

kenaikan keuntungan dari penghematan biaya produksi, dan terhindarnya ancaman bencana/kerusakan sumber daya alam. Penilaian dampak, akan menjaga atau mencegah terjadinya isu-isu dan krisis kepercayaan dari *stakeholder*.

Lebih lanjut, CSR sebagai praktik pemberdayaan masyarakat oleh perusahaan, harus dilandasi oleh teori-teori:⁷

- a. Pembangunan berbasis masyarakat, yang mensyaratkan partisipasi dan pemberdayaan masyarakat. Konsep pembangunan berbasis masyarakat, tidak hanya berbasis pada modal fisik (sumber daya alam), tetapi juga memanfaatkan modal sosial, modal spiritual, kearifan lokal, dan budaya setempat. Pemberdayaan masyarakat, diarahkan untuk memperbaiki kapasitas dan kekuasaan masyarakat, kaitannya dengan peningkatan kesadaran, kemampuan, dan kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pembangunan. Partisipasi (dalam: pengambilan keputusan, perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi, dan pemanfaatan hasil pembangunan) akan meningkatkan pemerataan pendapatan dan berusaha bagi seluruh warga masyarakat.
- b. Pengembangan masyarakat (*community development*), yang merupakan upaya sadar yang dilakukan oleh pihak luar (pemerintah, LSM, donor, dll.) untuk mengoptimalkan potensi yang ada dalam masyarakat demi perbaikan mutu hidupnya.
- c. Pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*) yang merupakan penguatan kapasitas individu, entitas, dan jejaring (sistem), baik kapasitas manusia, kapasitas usaha, kapasitas lingkungan, dan kapasitas kelembagaan.

4. Model Dasar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Satu model evaluasi kinerja tanggung jawab sosial perusahaan telah dikembangkan oleh Archie B. Carroll. Dalam buku Poerwanto,

⁷*Ibid.*, hlm. 160.

Corporate Social Responsibility, Model Carroll menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat dibagi ke dalam empat kriteria, yaitu sebagai berikut:

- a. Tanggung jawab ekonomi menunjukkan bahwa setiap usaha harus mampu memperoleh keuntungan baik berupa uang, citra organisasi, keuntungan sosial maupun keberlangsungan usaha.
- b. Tanggung jawab legal berkaitan dengan kepatuhan perusahaan dalam memenuhi aturan-aturan yang berlaku dalam tata kehidupan.⁸
- c. Tanggung jawab etika. Tanggung jawab etika adalah kebijakan perusahaan yang didasarkan pada nilai-nilai dan norma-norma yang berkembang di masyarakat sebagai kepedulian dan penghargaan serta menghormati hak-hak individu maupun kelompok.⁹
- d. Tanggung jawab diskresioner, yaitu kebijakan yang murni sukarela dan didasarkan pada keinginan perusahaan untuk memberi kontribusi sosial yang tidak memiliki kepentingan timbal balik secara langsung. Kegiatan tanggung jawab diskresioner meliputi kontribusi amal yang tidak mendapat balasan bagi perusahaan dan tidak diharapkan.¹⁰

Selanjutnya, dalam Totok Mardikanto, CSR, Elizabeth Redman, menyampaikan ada tiga model CSR, yaitu sebagai berikut:

- a. Model konflik tradisional

Dalam model peoklasik tradisional, pertentangan antara tanggung jawab sosial dan lingkungan dan keuntungan tak mungkin terelakkan. Keputusan ini membuat eksternalitas negatif dan membutuhkan kebijakan pemerintah atau intervensi koreksi pasar lainnya untuk mengembalikan keseimbangan sosial yang optimal. Konsisten dengan pandangan Friedman, perlindungan lingkungan yang lebih ketat membatasi kemampuan perusahaan untuk

⁸ Poerwanto, *Corporate Social Responsibility: Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 29.

⁹ *Ibid.*, hlm. 30.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 31.

menggunakan sungai, lahan terbuka, dan udara limbah, secara bebas bagi produksi mereka.¹¹

b. Model pemberian uang tunai

Model kedua merupakan ideologi mayoritas perusahaan yang membuatnya tanggung jawab sosial menjadi investasi atau investasi yang bertanggung jawab/*Social Responsibility Investment* (SRI) yang kelak dapat membantu bisnisnya. Model kedua ini percaya bahwa dengan meningkatkan reputasi mereka, mereka juga meningkatkan perekrutan dan loyalitas karyawan berkualitas. Studi psikologi telah menemukan bahwa kepuasan kerja berkorelasi dengan komitmen yang lebih besar kepada perusahaan dan kesuksesan bisnis yang lebih besar.¹²

c. Model ketiga: Tujuan Ganda yang harus dikembangkan secara merata

Model tiga menjelaskan ideologi perusahaan yang telah membuat komitmen untuk tujuan lingkungan dan sosial tanpa harus memerlukan bukti bahwa korporasi mengarah ke keuntungan keuangan yang nyata. Pemilik atau manajer telah memutuskan bahwa prestasi sosial dan lingkungan secara independen layak untuk dicapai dan harus dikejar dengan antusiasme yang sama terhadap laba.¹³

5. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

a. Manfaat bagi perusahaan

Manfaat yang jelas bagi perusahaan jika perusahaan memberikan tanggung jawab sosial adalah munculnya citra positif dari masyarakat akan kehadiran perusahaan di lingkungannya. Kegiatan perusahaan dalam jangka panjang akan dianggap sebagai kontribusi yang positif bagi masyarakat. Selain membantu perekonomian masyarakat,

¹¹Totok Mardikanto, *Op.Cit.*, hlm. 176.

¹²*Ibid.*, hlm. 177.

¹³*Ibid.*, hlm. 178.

perusahaan juga akan dianggap bersama masyarakat membantu dalam mewujudkan keadaan yang lebih baik di masa yang akan datang.

Akibatnya, perusahaan justru akan memperoleh tanggapan yang positif setiap kali akan menawarkan sesuatu kepada masyarakat. Perusahaan tidak saja dianggap sekadar menawarkan produk untuk dibeli masyarakat, tetapi juga dianggap menawarkan sesuatu yang akan membawa perbaikan bagi masyarakat.

b. Manfaat bagi masyarakat

Manfaat bagi masyarakat dari tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sangatlah jelas. Selain bahwa beberapa kepentingan masyarakat diperhatikan oleh perusahaan, masyarakat juga akan mendapatkan pandangan baru mengenai hubungan perusahaan dan masyarakat yang barangkali selama ini hanya sekedar dipahami sebagai hubungan produsen-konsumen, atau hubungan antara penjual dan pembeli saja. Masyarakat akan memiliki pandangan baru bahwa hubungan antara masyarakat dan dunia bisnis perlu diarahkan untuk kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Hubungan masyarakat dan dunia bisnis tak lagi dipahami sebagai hubungan antara pihak yang mengeksploitasi dan pihak yang tereksplotasi, tetapi hubungan kemitraan dalam membangun masyarakat lingkungan yang lebih baik. Tidak hanya di sektor perekonomian, tetapi juga dalam sektor sosial, pembangunan, dan lain-lain.

c. Manfaat bagi pemerintah

Manfaat sebagai pemerintah dengan adanya tanggung jawab sosial dari pemerintah juga sangatlah jelas. Pemerintah pada akhirnya tidak hanya berfungsi sebagai wasit yang menetapkan aturan main dalam hubungan masyarakat dengan dunia bisnis, dan memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya.

Pemerintah sebagai pihak yang mendapat legitimasi untuk mengubah tatanan masyarakat ke arah yang lebih baik akan mendapatkan partner dalam mewujudkan tatanan masyarakat tersebut. Sebagian tugas pemerintah dapat dijalankan oleh anggota masyarakat, dalam hal ini perusahaan atau organisasi bisnis.¹⁴

Selanjutnya, manfaat bisnis yang mengadopsi program tanggung jawab sosial atau biasa dikenal CSR, diantaranya:¹⁵

- a. Reputasi meningkat
- b. Nilai pemegang saham bertambah
- c. Para karyawan termotivasi dan bahagia

Selain itu, CSR juga dianggap memberikan kontribusi terhadap komunitas bisnis untuk membantu masyarakat memenuhi tantangan lingkungannya.¹⁶

6. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Undang-Undang

Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan materi yang baru diatur dalam ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas ini. Latar belakang dimaksudkannya ketentuan ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial perseroan terhadap lingkungan dan keadaan masyarakat di sekitar tempat usaha perseroan. Ketentuan ini tidak bersifat menyeluruh, tetapi memiliki batasan dan keadaan-keadaan tertentu yang peraturan pelaksanaannya akan diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah. Ketentuan ini juga bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat.¹⁷

- a. Tanggung jawab sosial dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

¹⁴Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 81-82.

¹⁵ Keith Butterick, *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*, Rajawali Pers, Jakarta, 201, hlm. 97.

¹⁶*Ibid.*

¹⁷ Budi Untung, *CSR Dalam Dunia Bisnis*, ANDI, Yogyakarta, 2014, hlm. 12.

Kewajiban harus melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memerhatikan kepatutan dan kewajaran. Jika perseroan tidak melaksanakan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini, maka akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait (pasal 74).

Yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Yang dimaksud dengan “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.

Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 ini memuat limitasi terhadap perusahaan yang harus menerapkan yaitu perusahaan yang kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam atau perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan sumber daya alam. Tanggung jawab CSR ini mestinya tidak hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, tetapi juga sektor keuangan atau finansial, seperti lembaga keuangan bank atau bukan bank. Hal ini akan berpengaruh terhadap *brand image* masyarakat untuk lebih memilih perusahaan

yang lebih banyak berperan aktif/berkepedulian terhadap lingkungan.¹⁸

b. Tanggung jawab sosial dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Penanaman modal di Indonesia tentu tidak terlepas dari sumber daya alam yang ada di Indonesia, di samping sumber daya manusia yang menjadi target pertimbangan dalam melaksanakan investasi, baik oleh pihak asing maupun lokal dalam berinvestasi. Untuk menjaga kesinambungan lingkungan dan keamanan dalam berinvestasi, pemerintah telah mewajibkan bagi para investor untuk memerhatikan lingkungan dan sosial masyarakat di sekitar dengan bertanggung jawab menjaga lingkungan dan taraf hidup masyarakat sekitar di tempat perusahaan melaksanakan kegiatan dan melakukan aktivitasnya. Di beberapa negara maju telah disadari oleh para investor betapa pentingnya memerhatikan CSR ini. Hal ini sudah menjadi dasar pertimbangan para investor perusahaan manajemen investasi untuk memerhatikan kebijakan CSR dalam membuat keputusan melakukan investasi atau tidak. Pertimbangan ini sering disebut dalam praktik investasi sebagai “investasi bertanggung jawab sosial” (*socially responsible investing*).

Pada prinsip investasi bertanggung jawab sosial ini, tujuan perusahaan bukan hanya mendapat keuntungan sebesar-besarnya, tetapi lebih mementingkan investasi berkesinambungan, artinya kemampuan perusahaan untuk dapat hidup dalam lingkungan masyarakat sekitar lebih diutamakan. Para investor yang melaksanakan bisnis akan kesulitan jika masih menggunakan paradigma lama, yaitu mengejar keuntungan yang setinggi-tingginya tanpa memedulikan kondisi masyarakat sekitar, karena hal ini akan menimbulkan kecemburuan masyarakat sekitar.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 12-14.

Perusahaan juga tidak dapat menggali potensi masyarakat lokal yang seyogyanya dijadikan modal sosial perusahaan untuk maju dan berkembang. Berbeda dengan konsep *community development* yang menekankan pada pembangunan sosial (pembangunan kapasitas masyarakat), dimana korporasi dapat diuntungkan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan juga dapat menciptakan peluang-peluang sosial ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dengan kualifikasi yang diinginkan, mereka juga dapat membangun citra sebagai korporasi yang ramah dan peduli lingkungan.¹⁹

Pasal 15 UU. No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal menyebutkan: “Setiap penanam modal berkewajiban.”²⁰

1. Menetapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
2. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
3. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal;
4. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
5. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan,”

Pasal 15 UU. No.25 tahun 2007 ini menegaskan bahwa dalam melaksanakan penanaman modal, baik terhadap pihak penanaman modal asing maupun lokal, berkewajiban memerhatikan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dan juga harus melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Maka, dengan demikian prinsip GCG dan CSR dalam hal penanaman modal bukan lagi merupakan suatu *responsibility* (tanggung jawab moral), tetapi sudah merupakan *liability* (kewajiban hukum). Oleh karena itu, jika hal ini tidak dilaksanakan dengan baik, memiliki dampak hukum,

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 19.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 20.

yaitu berupa pemberian sanksi yang di atur dalam pasal 34 UU No.25 tahun 2007, yaitu :²¹

1. Badan usaha atau usaha perseorangan sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam pasal 15 dapat dikenai sanksi administrasi berupa :
 - a. Peringatan tertulis;
 - b. Pembatasan kegiatan usaha;
 - c. Pembekuan kegiatan;
 - d. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau penanaman modal.
2. Sanksi administratif sebagai mana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh instansi atau lembaga yang berwenang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Selain dikenai sanksi administratif, badan usaha atau usaha perseorangan dapat dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pemberian sanksi ini terkait dengan ikut sertanya pemerintah bukan hanya sebagai legislator pelaksanaan investasi, tetapi juga melaksanakan tugas pengawasan terhadap investasi yang tidak memegang teguh prinsip GCG. Kepedulian pemerintah juga terhadap masyarakat dan lingkungan dengan mewajibkan semua penanaman modal melaksanakan prinsip CSR ini. Maka, apabila prinsip GCG dilaksanakan dengan baik, tentu CSR juga dapat berjalan baik dan tidak mungkin di langgar oleh para investor yang akan menanamkan sahamnya di Indonesia. Para investor asing yang juga terbiasa dengan prinsip CSR ini jika akan memilih perusahaan yang akan dijadikan tempat berinvestasi, pasti memilih perusahaan yang benar melaksakan prinsip CSR.²²

²¹ *Ibid.*, hlm. 21.

²² *Ibid.*, hlm. 18-22.

7. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Perspektif Islam

Dilihat dari kaca mata etika bisnis dalam Islam (Etika Bisnis Islam), program CSR merupakan pengejawantahan dari konsep ajaran *ihsan* sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu. Lebih jauh, Siddiqi berpendapat bahwa perbuatan ihsan lebih penting ketimbang perbuatan adil.

Menurut Siddiqi, perbuatan adil hanya merupakan *the corner stone of society*, sedangkan perbuatan ihsan merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat.²³ Dalam agama Islam juga mengajarkan bahwa semua kegiatan bisnis haruslah dijalankan dengan mabrur. Mabrur memiliki arti bahwa kegiatan bisnis harus dijalankan dalam bidang yang benar yaitu barang dan jasanya tidak boleh yang diharamkan dan prosesnya harus juga dijalankan menurut norma dari agama.²⁴

Disamping itu, program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad, Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima karunia-Nya. Manusia didorong untuk mencari rezeki, tetapi tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu, ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagaimana firman-Nya.²⁵

²³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, UIN Malang Pers, Malang, 2007, hlm. 160.

²⁴ Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis*, Nora Media Pers, Kudus, 2010, hlm. 128.

²⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Depok, 2012, hlm. 225.

وَأَتَّبِعْ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”. (Q.S al-Qashash, 28: 77)

Dalam konteks *corporate social responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha/pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang terbaik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat.²⁶

Dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/CSR*), *maqashid as-yari'ah* ditujukan agar pelaku usaha atau pihak perusahaan mampu menentukan skala prioritas kebutuhannya yang terpenting. Kebutuhan-kebutuhan itu tidak hanya diorientasikan untuk jangka pendek, tetapi juga jangka panjang dalam mencapai ridha Allah. Kegiatan ekonomi tidak saja melibatkan aspek materi, tapi juga kualitas keimanan seorang hamba kepada Allah Swt.²⁷ Sesuai dengan ajaran Islam, sebenarnya ada konsep yang lebih agung dan mulia terkait

²⁶ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 213.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 214.

dengan tanggung jawab sosial, yaitu salah satu dalam rukun Islam melalui zakat, dan instrumen sunnah lainnya, seperti infaq dan shadaqah. Melalui pengumpulan instrumen-instrumen ini dapat dibangun masyarakat sejahtera.²⁸

Selanjutnya, sehubungan dengan landasan hukum yang menganjurkan wakaf ialah firman Allah SWT:²⁹

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ ۚ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴿٩٢﴾

“Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai. Dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya”. (Q.S. Ali-Imran, 3: 92)

Ajaran filantropi itu benar-benar bisa terwujud dengan sendirinya akan sangat tergantung kepada kemampuan pengelola perusahaan untuk memberikan motivasi seluruh karyawannya agar mempunyai kepedulian kepada orang lain. Dalam hubungan ini, al-Quran memotivasi agar umat Islam mau menginfakkan sebagian hartanya untuk orang lain, sebagaimana firman-Nya:³⁰

مَنْ ذَا الَّذِي يُقرضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضْعِفُهُ لَهُ أضعافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴿٢٤٥﴾

“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafahkan hartanya di jalan Allah), maka Allah akan memperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. Dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezeki) dan kepada-Nya lah kamu dikembalikan”. (Q.S al-Baqarah, 2:245)

Itulah sebagai gambaran bahwasanya zakat dan wakaf, bahkan infak dan sedekah, kesemuanya merupakan potensi yang bisa digali untuk

²⁸ Ibid., hlm. 219.

²⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Penebar Plus, Depok, 2012, hlm. 229.

³⁰ Ibid., hlm. 231.

program CSR dalam sebuah perusahaan. Adapun bentuknya bisa beragam, sesuai kebutuhan di masyarakat karena tujuan akhirnya adalah membantu atau kepedulian kepada orang lain.³¹

B. Implementasi Bentuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

1. Tujuan Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Implementasi tanggung jawab sosial diberbagai negara baik negara berkembang maupun negara maju pada umumnya hanya bertujuan untuk:³²

- a. Memenuhi tujuan bisnis, yaitu menghasilkan profit jangka panjang.
- b. Menggunakan kekuatan bisnis secara lebih bertanggungjawab.
- c. Melakukan integrasi *social demand* dalam operasi bisnis.
- d. Mendukung sesuatu yang bersifat sosial dan beretika.

2. Bentuk Implementasi CSR di Indonesia

Model implementasi CSR perusahaan di Indonesia mencakup hal-hal berikut ini:³³

- a. Bantuan sosial meliputi: bakti sosial, pengadaan sarana kesehatan, rumah ibadah, jalan dan sarana umum lainnya, penanggulangan bencana alam, pengentasan kemiskinan dan pembinaan masyarakat.
- b. Pendidikan dan pengembangan meliputi: pengadaan sarana pendidikan dan pelatihan, melaksanakan pelatihan dan memberikan program beasiswa kepada anak-anak usia sekolah.
- c. Ekonomi meliputi: mengadakan program kemitraan, memberikan dana atau pinjaman lunak untuk pengembangan usaha dan memberdayakan masyarakat sekitar.
- d. Lingkungan meliputi: pengelolaan lingkungan, penanganan limbah, melakukan reklamasi, dan melestarikan alam dan keanekaragaman hayati.

³¹ *Ibid.*, hlm. 233.

³² David Sukardi Kodrat, *Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm. 263.

³³ *Ibid.*, hlm. 264.

- e. Konsumen meliputi: perbaikan produk secara berkesinambungan, pelayanan bebas pulsa dan menjamin ketersediaan produk.

3. Pendekatan dalam Implementasi Tanggung jawab Sosial Perusahaan

Untuk mengimplementasikan tanggung jawab sosial, R.W. Griffin mengemukakan empat pendekatan tanggung jawab sosial, yaitu sebagai berikut:³⁴

- a. Sikap obstruktif, yaitu pendekatan terhadap tanggung jawab sosial yang melibatkan tindakan seminimal mungkin dan melibatkan usaha-usaha menolak atau menutupi pelanggaran yang dilakukan. Perusahaan yang menganut pendekatan seperti ini tidak terlalu peduli terhadap perilaku etis dan umumnya sedapat mungkin menyembunyikan tindakannya yang salah.
- b. Sikap defensif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang ditandai dengan perusahaan hanya persyaratan hukum secara minimum atas komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.
- c. Sikap akomodatif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang diterapkan suatu perusahaan dengan melakukannya apabila diminta melebihi persyaratan hukum minimum dalam komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.
- d. Sikap produktif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang diterapkan suatu perusahaan, yaitu secara aktif mencari peluang untuk menyumbang demi kesejahteraan kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.

C. Penelitian Terdahulu

1. Reggiannie Monintja dengan judul penelitian “Tanggung Jawab Sosial Pengelola Perusahaan Real Estate Terhadap Masyarakat”, dengan hasil penelitian menyatakan bahwa perusahaan yang walaupun kegiatan usaha

³⁴ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, CV Pustaka Setia, Bandung, 2013, hlm. 287-288.

yang dijalankan tidak mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada kemampuan sumber daya alam mempunyai tanggung jawab yang sama dengan perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam dan meskipun tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan telah ditetapkan dan di Undangkan, namun tidak serta merta membuat para pelaku usaha untuk mengimplementasikan tanggung jawab sosial sesuai dengan Undang-Undang yang telah diatur oleh pemerintah, karena disisi lain tidak ada batasan yang jelas tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan itu sendiri. Menurut penelitian pada jurnal ini, di daerah Manado, kesadaran para pelaku usaha masih rendah dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, dimana perusahaan yang bergerak di bidang Real Estate (perusahaan yang kegiatan usahanya berdampak pada kemampuan sumber daya alam) dalam hal ini tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk kesejahteraan masyarakat sekitar perusahaan.³⁵

Relevansinya antara penelitian Reggiannie Monintja dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perbedaan terletak pada pengumpulan data yang menggunakan kuesioner. Sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan kuesioner dalam memperoleh data melainkan dengan wawancara langsung kepada informan, observasi, dan dokumentasi.

2. Indah Martati dengan judul penelitian “Pemahaman Para Pelaku Bisnis Tentang *Corporate Social Responsibility* Di Kabupaten Kutai Kartanegara”, menyatakan bahwa : Mayoritas korporasi yang beroperasi di sektor tambang batu bara dan sektor perkebunan di Kukar (Kutai Kartanegara) menunjukkan bahwa perusahaan beranggapan jika CSR merupakan program yang bersifat sukarela. Perusahaan belum berhasil mencapai keseimbangan antara kepentingan perusahaan, masyarakat, dan

³⁵ Reggiannie Monintja, ”Tanggung Jawab Sosial Pengelola Perusahaan Real Estate Terhadap Masyarakat”, *Lex et Societatis*, Vol.I/No.1/Jan-Mrt/2013, 2013.

stakeholder karena masih ada keengganan untuk melaksanakan program CSR karena mereka menganggap program CSR akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa belum ada kesadaran dan komitmen secara menyeluruh dari semua entitas bisnis di Kabupaten Kukar terhadap praktik bisnis secara etis, dan melaporkan secara rutin kepada pemerintah tentang program dan alokasi dana CSR perusahaannya.³⁶

Relevansinya antara penelitian Indah Martati dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang *Corporate Social Responsibility*. Perbedaan terletak pada tujuan penelitian. Penelitian Indah Martati bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemahaman para pelaku bisnis mengenai CSR, sedangkan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan CSR di suatu perusahaan. Lokus penelitian yang dilakukan Indah Martati berada di Kabupaten atau Kota. Sedangkan lokus penelitian ini berada di suatu perusahaan tertentu.

3. Prayudi dengan judul penelitian “Analisis CSR Sebagai Implementasi Praktik Etika Bisnis Perusahaan: Antara Kewajiban dan Kebutuhan”, dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa : Kebijakan CSR di Indonesia masih dalam tahap perkembangan awal. Sebagian manajemen perusahaan masih belum menerapkan CSR sebagai kebijakan strategik perusahaan dan masih melihat CSR sebagai beban. Beberapa perusahaan memang melihat CSR sebagai bagian dari “investasi sosial”, kalau pun CSR mereka jalankan, biasanya setelah perusahaan mendapatkan keuntungan.³⁷

Relevansinya antara penelitian Prayudi dan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang analisis CSR. Perbedaan terletak pada analisa

³⁶ Indah Martati, “Pemahaman Para Pelaku Bisnis Tentang *Corporate Social Responsibility* Di Kabupaten Kutai Kartanegara”, Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis dan Sektor Publik (JAMBSP), Jurnal Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda, JAMBSP Vol. 7 No. 2, 2011.

³⁷ Prayudi, “Analisis CSR sebagai Implementasi Praktek Etika Bisnis Perusahaan: Antara Kewajiban dan Kebutuhan”, Jurnal Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta, tt.

tentang CSR di beberapa perusahaan di Indonesia untuk mengetahui sejauh mana pemahaman konsep CSR dikalangan pihak manajemen perusahaan. Dalam jurnal ini dilakukan wawancara pada beberapa perusahaan di Indonesia untuk mengetahui pemahan konsep CSR, sedangkan dalam penelitian yang akan saya lakukan akan memfokuskan penelitian pada satu perusahaan untuk mengetahui bagaimana penerapan CSR di perusahaan tersebut.

4. Indah Putri Utami dengan judul penelitian “Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial, Risiko Bisnis dan Kinerja Keuangan perusahaan pada PT. Petrokimia Gresik”, menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa: Dalam pengungkapannya, PT Petrokimia Gresik telah melaksanakan CSR dengan cukup baik. Perusahaan benar-benar berkomitmen dalam melaksanakan program CSR mereka dengan sebaik-baiknya. PT Petrokimia Gresik melaporkan secara rinci kegiatan aktivitas sosialnya melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). PT Petrokimia Gresik juga telah mengelola risiko perusahaan dengan baik sesuai wujud pengkomunikasian pengelolaan risiko terhadap pihak yang berkepentingan. Dilihat dari kinerja keuangan perusahaan, PT Petrokimia Gresik telah memberikan pertumbuhan keuntungan kepada seluruh pemangku kepentingan dimana pertumbuhan keuntungan tersebut dicapai dengan prinsip dan tata nilai berdasarkan tata kelola perusahaan yang baik dengan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan.³⁸

Relevansinya antara penelitian Indah Putri Utami dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perbedaan terletak pada penelitian Indah Putri Utami yang menggunakan variable lebih banyak dan dikaitkan dengan risiko bisnis serta kinerja keuangan perusahaan. Sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus kepada bagaimana penerapan tanggung jawab sosial perusahaan.

³⁸ Indah Putri Utami, “Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Risiko Bisnis, dan Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Petrokimia Gresik”, Jurnal Skripsi, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, 2013.

5. AL. Sentot Sudarwanto dengan judul penelitian “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Soloraya Terhadap Upaya Pelestarian Fungsi Lingkungan Hidup Daerah Alan Sungai Bengawan Solo Hulu (Pemikiran Kritis Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility*)”, menghasilkan penelitian yang menyatakan bahwa: Adanya kewajiban untuk melaksanakan program tanggung jawab sosial yang kegiatannya ditujukan untuk melakukan konservasi wilayah daerah aliran sungai Bengawan Solo. Perusahaan dituntut untuk melaksanakan CSR dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup untuk menjaga keseimbangan antara kepentingan perusahaan terhadap keberlangsungan lingkungan.³⁹

Relevansinya antara penelitian AL. Sentot Sudarwanto dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Perbedaan terletak pada obyek penelitian di penelitian AL. Sentot Sudarwanto ini dibahas ada banyak perusahaan yang bermasalah, dan menyinggung peraturan pemerintah yang dinilai belum tegas dalam menetapkan peraturan pemerintah, sedangkan dalam penelitian ini hanya membahas dan memfokuskan penelitian pada satu perusahaan.

D. Kerangka Berfikir

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (selanjutnya dalam artikel akan di singkat CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.⁴⁰

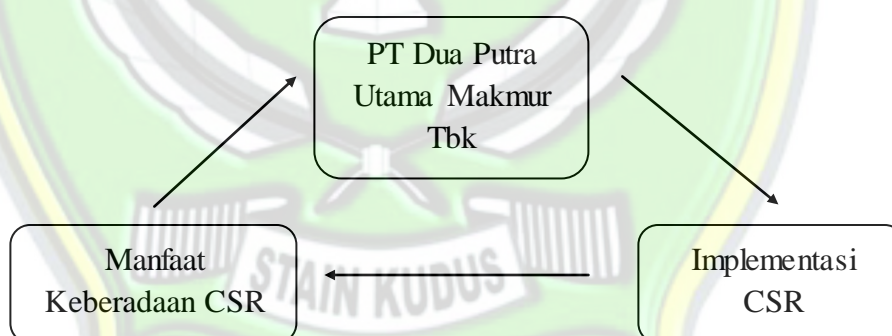
³⁹ AL. Sentot Sudarwanto, “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan di Soloraya Terhadap Upaya Pelestarian Fungsi Lingkungan Hidup Daerah Alan Sungai Bengawan Solo Hulu (Pemikiran Kritis Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility*)”, Jurnal EKOSAINS, Vol. III No. 3, 2011.

⁴⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 208.

Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, juga komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini, tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antar-*stakeholders*.⁴¹

Suatu perusahaan menuntut diberlakukannya tanggung jawab sosial perusahaan sebagai upaya timbal balik dari perusahaan terutama kepada lingkungan perusahaan yang diantaranya adalah masyarakat sekitar perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan agar masyarakat merasakan manfaat dari perusahaan. Hal ini penting karena jika perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial kepada masyarakat maka reputasi perusahaan juga akan baik dimata masyarakat.

Untuk lebih memperjelas arah dan tujuan dari penelitian, maka perlu diuraikan suatu konsep berpikir dalam penelitian sehingga peneliti dapat menguraikan tentang gambaran permasalahan diatas. Adapun gambaran kerangka berpikir teoritis sebagai berikut:



⁴¹ Bambang Rudito & Melia Famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Rekayasa Sains, Bandung, 2013, hlm. 107.