

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Keberhasilan suatu usaha atau bisnis tidak cukup hanya dilihat dari pertumbuhan ekonominya semata, akan tetapi dibutuhkan pula paradigma penilaian baru dibidang bisnis untuk mensinergikan antara kekuatan didalam lingkaran perusahaan (internal) maupun diluar perusahaan (eksternal). Paradigma baru yang menjadi penilaian keberhasilan suatu bisnis ini disebut etika bisnis. Etika dalam bisnis atau biasa disebut dengan etika bisnis merupakan sekumpulan norma dan aspek moral yang bertolak ukur pada akal dan pikiran manusia dan bertujuan untuk mengatur serta menjadi pedoman dalam setiap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Bisnis yang baik adalah bisnis yang selalu mengedepankan etika dalam setiap pelaksanaan kegiatannya.¹

Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) ini muncul pertama kali pada tahun 1953, yaitu ditandai dengan diterbitkannya buku yang berjudul “*Social Responsibilities of Businessmen karya Howard Bowen*”. Johnson (2006) mendefinisikan “*Corporate social responsibility is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society*”. Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan².

Dalam menyikapi program CSR, ternyata ada dua kelompok yaitu kelompok yang setuju (pro) dan kelompok yang

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012) hal. 216

² Kadek Desy Aprianthiny, *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada Pt. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali*, dalam Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol. 5 No. 1, Tahun 2015, hal. 3

tidak setuju (kontra) dengan keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, dengan argumennya masing-masing.³ Kelompok yang kontra memiliki beberapa alasan bahwa tujuan utama bisnis adalah mengejar keuntungan sebesar besarnya sebagaimana pandangan Milton Friedman, dengan demikian fungsi bisnis adalah fungsi ekonomis, bukan fungsi social.

Keterlibatan sosial perusahaan akan menimbulkan minat dan perhatian yang beraagam, yang pada akhirnya akan membingungkan perhatian pimpinan perusahaan dalam mengendalikan perusahaan yang tujuannya terbagi-bagi dan harapan yang membingungkan.

Biaya keterlibatan sosial yang dimasukkan kedalam bagian komponen produksi bias menaikkan harga jual. Dengan demikian pada hakikatnya yang menanggung *cost* tanggung jawab sosial adalah konsumen, bukan perusahaan.

Perusahaan hanya memiliki tenaga professional dibidang bisnis dan ekonomi, maka kurang terampil dalam bidang kegiatan sosial, sehingga profesionalitas dalam keterlibatan kegiatan sosial sulit terpenuhi.

Selanjutnya kelompok yang pro keterlibatan sosial perusahaan memiliki argument bahwa. Kebutuhan dan harapan masyarakat semakin berubah. Masyarakat tidak hanya butuh barang dan jasa dengan kualitas yang baik dan harga yang kompetitif. Disamping itu mereka menuntut agar barang yang diproduksi tetap ramah lingkungan. Jika tidak, mereka akan memboikot produk tersebut.

Sumber daya alam (*natural resources*) terbatas. Maka perusahaan perlu bertanggung jawab dan bijaksana dalam memanfaatkannya, dengan cara melibatkan diri dalam kegiatan sosial yang ada untuk memelihara sumberdaya alam. Secara moral dan sosial, perusahaan memiliki kewajiban untuk memperbaiki lingkungan sosial ke arah yang lebih baik. Implikasinya, lingkungan yang baik akan menciptakan iklim bisnis yang kondusif.

Perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan. Asmumsinya adalah dengan tanggung jawab sosial akan

³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), hal. 218-219

mengontro kekuasaan (dominisasi) bisnis yang besar. Kekuasaan yang terlalu besar dalam bisnis, tanpa diimbangi dengan tanggung jawab sosial akan menyebabkan bisnis akan menjadi kekuatan yang merusak masyarakat.

Tidak benar bila perusahaan hanya memiliki tenaga profesional dalam bidang bisnis semata, tetapi mereka juga profesional dalam mengelola, mengorganisir, dan menjalankan aktivitas untuk memajukan masyarakat. Jadi tidak ada alasan bagi perusahaan untuk tidak terlibat dalam kegiatan sosial yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat luas. Dalam jangka panjang keterlibatan sosial dari sebuah perusahaan akan membangun citra yang sangat positif yang akan menguntungkan. Kendati dalam jangka pendek mungkin akan merugikan secara finansial, tetapi dalam jangka panjang akan sangat menguntungkan dengan adanya citra baik yang telah lama dibangun.

Terlepas pro kontra tentang adanya CSR. Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PPLH) menurut UU no 32 tahun 2009 pasal 1 ayat (2) adalah upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum. UU disahkan di Jakarta, 3 Oktober 2009 oleh Presiden dan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Andi Mattalatta.

Dalam UU ini tercantum jelas dalam Bab X bagian 3 pasal 69 mengenai larangan dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yang meliputi larangan melakukan pencemaran, memasukkan benda berbahaya dan beracun (B3), memasukkan limbah ke media lingkungan hidup, melakukan pembukaan lahan dengan cara membakar, dan lain sebagainya.

Larangan-larangan tersebut diikuti dengan sanksi yang tegas dan jelas tercantum pada Bab XV tentang ketentuan pidana pasal 97-123. Salah satunya adalah dalam pasal 103 yang berbunyi: Setiap orang yang menghasilkan limbah B3 dan tidak melakukan pengelolaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 59, dipidana dengan pidana penjara paling singkat 1 (satu) tahun dan paling lama 3 (tiga) tahun dan denda paling sedikit

Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) dan paling banyak Rp3.000.000.000,00 (tiga miliar rupiah).

Selain undang-undang diatas, peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 tahun 2012, tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan Perseroan Terbatas (PT) secara tegas mewajibkan setiap perusahaan untuk menyelenggarakan CSR. Dengan berbagai macam penafsiran terhadap konsep Corporate Social Responsibility (CSR) pada akhirnya hampir setiap perusahaan di Indonesia menyelenggarakan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan berbagai macam variasi dan strategi yang berbeda⁴

Dalam islam, etika bisnis dipandang sebagai suatu aturan yang berupa akhlak, kesopanan, dan perilaku yang baik dalam menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan. Titik sentral etika bisnis islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Akan tetapi, kebebasan manusia disini tidaklah mutlak, karena setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia harus tetap dipertanggung jawabkan kepada sang khaliq, yaitu Allah SWT. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa harta adalah milik Allah dan manusia hanya memiliki tugas yang terbatas, yaitu mengelola sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan-Nya⁵.

Secara sederhana mempelajari etika dalam bisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik atau buruk dan mana yang benar atau salah dalam dunia bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip meralitas. (*Learning what is right or wrong, and than doing the right thing. "Right thing" based on moral principle, and others belive the right thing to do depends on the situation.*)⁶

Aspek CSR ini memiliki tempat dalam islam juga. Islam memiliki pedoman yang lengkap untuk umatnya dalam menjalankan hidup, termasuk pedoman bagaimana sebuah

⁴ Nurdizal M. Rachman, dkk, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), hal. 81

⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012) hal. 219-220

⁶ Drs. Faisal Badroen. MBA dkk, *Etika bisnis dalam islam*, (Jakarta : UIN Jakarta Press, 2006), Hal. 70

bisnis dijalankan tanpa menjauhkannya dari etika, karena dalam Islam etika dan bisnis merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Islam sangat menyambut baik kegiatan CSR ini, pelaku ekonomi dalam Islam bertanggung jawab untuk memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar. Kegiatan sosial perlu satu konsep dalam Islam, sehingga satu tujuan dengan tujuan ekonomi Islam itu sendiri.

Islamic CSR adalah tanggung jawab sosial yang perpedoman kepada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial secara Islami, perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam dalam segala aktivitasnya yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial dalam bisnisnya. Dengan begitu, praktik bisnis dalam Islamic CSR mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya.

Menegakkan kadilan sosial dan melayani kepentingan publik sarana penting pencapaian muqasid syariah. Sebagai firman Allah dalam (Q.S. Al-Baqarah ayat 177) :

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ
الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ
وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ
الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا
وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ
صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya : Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang

misikin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa.

Ayat di atas mensyaratkan bahwa karya-karya sosial harus untuk keridhaan Allah, yang merupakan persyaratan umum untuk setiap perbuatan baik dalam Islam. Jadi, perusahaan harus memberikan pelayanan komunitas mereka hanya untuk Allah SWT, sebaliknya yang tidak akan diterima pada hari kiamat. Hal ini membuat keberangkatan dari pelayanan sosial perusahaan tradisional. Perusahaan biasanya melaksanakan layanan tersebut untuk mempromosikan bisnis mereka. Bagi mereka, seperti yang disebutkan sebelumnya, tidak ada timbal balik tidak bertanggung jawab terhadap kepentingan sosial. Berdasarkan pernyataan di atas, CSR merupakan pemaknaan dan implementasi nilai-nilai sistem ekonomi Islam, yang salah satu poin terpentingnya harus pada perekonomian masyarakat secara luas.

Oleh karena itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini penting untuk dilakukan sebagai wujud kepedulian dan bentuk ucapan terimakasih serta wujud perbuatan ihsan perusahaan kepada pihak internal dan pihak eksternalnya. Selain itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini juga akan memberikan dampak yang baik dan positif bagi perusahaan karena dapat meningkatkan loyalitas dari pihak internal dan pihak eksternal perusahaan itu sendiri. Dan ketika loyalitas dari pihak internal dan pihak eksternal meningkat, otomatis hal ini juga akan berdampak pada meningkatnya profit atau keuntungan dari perusahaan itu sendiri.

Menurut Kotler dan Lee (2005, p.3), keuntungan yang dapat diperoleh dari penerapan CSR ini, yaitu: Meningkatkan penjualan dan penguasaan pasar. Program CSR perusahaan dapat membentuk image yang positif di mata masyarakat sehingga masyarakat percaya kepada kinerja dan kualitas produk perusahaan. Jika perusahaan berhasil dipercaya oleh

masyarakat, maka reputasi perusahaan itu tidak dapat diragukan lagi oleh mereka. Dengan demikian, perusahaan yang telah memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat dapat memperoleh tingkat penjualan yang maksimal

Beberapa penelitian terdahulu memang banyak yang meneliti tentang implementasi CSR di perusahaan yang telah melaksanakan CSR ini, dengan berbagai cara khas perusahaan. Namun uniknya dalam penelitian ini berbeda karena pemilik melakukan CSR tanpa adanya alasan untuk memenuhi aturan pemerintah.

Pilihan penelitian di UD ini setelah bukan tanpa alasan, namun pilihan ini ditetapkan obserfasi yang telah dilakukan secara langsung setelah informasi yang diberikan oleh masyarakat sekitar lokasi, bahwa UD ini melakukan kegiatan sosial sebagai kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar lokasi UD ini berada.

UD ini adalah UD. Dua Merpati. UD. Dua Merpati merupakan sebuah wirausaha yang membuat snack marning dan emping jagung. Berdiri sejak tahun 1981 bisnis ini terus berkembang hingga sekarang. UD. Dua Merpati berlokasi di Desa Singocandi Kota Kudus, didesa tersebut cukup banyak terdapat badan usaha, namun yang cukup gencar melakukan program CSR adalah UD. Dua Merpati.

Program CSR yang telah dilakukan oleh UD. Dua Merpati diantaranya adalah memberikan santunan anak yatim, shodaqoh kepada masyarakat sekitar lokasi produksi serta memberikan bantuan sumbangan dana pada kegiatan kemasyarakatan di daerahnya.

Perspektif islam dipilih karena terlepas dari pemiliknya adalah seorang muslim, masyarakat sekitar lokasi UD. Dua Merpati ini memiliki kultur agamis yang cukup kuat sehingga penelitian ini dikaji dengan pandangan perspektif Islam

Dari penjelasan tersebut dengan melakukan CSR dianggap unik ketika badan usaha setingkat UD dapat menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan. Dan terbukti sejak tahun berdirinya hingga sekarang bisnis UD. Dua Merpati terus berkembang. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Corporate Sosial Responsibility dalam**

Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada UD. Dua Merpati Desa Singocandi Kota Kudus)”

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian analisis dan pembahasan dalam penelitian ini meliputi studi analisi Implementasi CSR dalam meningkatkan volume penjualan yang tentunya dalam pandangan ekonomi Islam. Penelitian ini hanya berfokus pada program CSR yang dianggap dapat meningkatkan volume penjualan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apa yang melatar belakangi implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus?
2. Apakah implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus sudah sesuai dengan ekonomi islam?
3. Bagaimana multiplier effect dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui latar belakang pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility* pada UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus.
2. Untuk mengetahui kesesuaian implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus dalam kosep ekonomi islam
3. Untuk mengetahui *multiplier effect* dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak diantaranya :

1. Secara teoritis

Bagi penulis, penelitian ini sebagai bahan pembelajaran dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan.

Bagi pembaca, sebagai wawasan dan bahan kajian mengenai studi CSR dalam perspektif bisnis Islam, serta sebagai rujukan penelitian selanjutnya.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi positif kepada para akademisi yang berkecukupan di bidang ekonomi Islam, khususnya penulis dalam memahami lebih jauh tentang polemik seputar penerapan ICSR di Indonesia. Penelitian ini juga memberikan pertimbangan-pertimbangan dalam upaya perbaikan penerapan ICSR khususnya pada bisnis Islam.

Selain daripada itu, meskipun tidak signifikan penelitian ini diharapkan membawa perkembangan terhadap dunia pengetahuan khususnya pada bidang ekonomi Islam. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif sebagai bahan evaluasi bagi UD. Dua Merpati di Desa Singocandi Kota Kudus.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru terhadap masyarakat luas, khususnya cendekiawan muslim, dan pengusaha muslim sehingga paham dan memiliki frame berfikir yang sama tentang bagaimana penerapan ICSR perspektif maqasid al syari'ah . Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat yang ingin menerapkan tanggung jawab sosial pada bisnisnya. Bisnis Usaha dagang atau wirausaha lainnya.

3. Manfaat kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam kebijakan Pemerintah, maupun elemen kemasyarakatan dalam strategi Islamic Corporate Sosial Responsibility di Indonesia dan khususnya wilayah Kota Kudus.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari bagian atau yang paling berhubungan, sehingga nantinya akan memperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun :

1. Bagian Awal

Bagian awal ini terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman keaslian, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstraksi, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab yang lainnya saling berhubungan karena merupakan kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut :

BAB I : Berupa pendahuluan, pada pendahuluan ini akan dikemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Berupa landasan teori yang berhubungan dengan penelitian ini serta penelitian terdahulu tentang pengendalian kualitas. Dalam bab ini dimuat kerangka pemikiran yang menggambarkan pola pikir.

BAB III : Berupa metodologi penelitian, dalam bab ini berisikan beberapa metode penelitian yang meliputi : jenis dan pendekatan penelitian, subyek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data, serta metode analisis data.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

