

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Sebelum kita mendefinisikan konsep tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) atau CSR ini, akan bermanfaat bagi kita untuk memperhatikan definisi mengenai perusahaan.¹ Istilah “perusahaan” merupakan istilah yang menggantikan istilah “pedagang” sebagaimana diatur dalam pasal 2 s/d 5 WvK lama. Menurut Molengraaff, sebagaimana dikutip R. Soekardono, menyatakan bahwa perusahaan adalah keseluruhan perbuatan yang dilakukan secara terus-menerus, bertindak ke luar untuk memperoleh penghasilan dengan cara memperniagakan/memperdagangkan, menyerahkan barang atau mengadakan perjanjian perdagangan.²

Perusahaan saat ini sudah berkembang menjadi sebuah sistem terbuka yang sangat kompleks sebagai suatu sistem, artinya didalam organisasi perusahaan terdapat berbagai elemen, unsur, orang dan jaringan yang saling terhubung (*interconnected*), saling berinteraksi (*interacted*), saling bergantung (*interdependent*), dan saling berkepentingan³

Undang-undangan Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan dalam Pasal 1 Angka 1 dijelaskan bahwa:

“perusahaan adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tatap dan terus menerus dengan memperoleh keuntungan dan atau laba,

¹ Laura Hartman dan Joe Desjardiind, *Business Ethics: Decision-Making for Personal Integrity & Social Responsibility*, terj. Danti Pujiati (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011) hal. 155

² Sri Redjeki Hartono, *Corporate Social Responsibility, Teori dan Praktik*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010), hal. 37.

³ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 81.

baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan dalam wilayah Indonesia”

Meskipun rumusan perusahaan sebagaimana disebut dalam undang-undang umum dan luas namun karena undang-undang tersebut berkenaan dengan perusahaan, maka dapat diartikan bahwa kata “kegiatan” juga diartikan/dimaksudkan dalam bidang perekonomian.⁴

Dalam praktiknya prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) atau GCG ini perlu dibangun dan dikembangkan secara bertahap. Perusahaan harus membangun sistem dan pedoman tata kelola perusahaan yang akan dikembangkannya. Demikian juga dengan para karyawan, mereka perlu memahami dan diberikan bekal pengetahuan tentang prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik yang akan dijalankan perusahaan. Untuk memudahkan memberikan gambaran bagaimana prinsip-prinsip GCG tersebut akan dibangun, dipahami dan dilaksanakan, berikut ini diberikan beberapa acuan praktis yang perlu dikembangkan lebih lanjut di masing-masing perusahaan. Acuan ini diuraikan mengikuti urutan butir-butir prinsip, yaitu:

- 1) Akuntabilitas (*Accountability*),
- 2) Pertanggung Jawaban (*Responsibility*),
- 3) Keterbukaan (*Transparency*)
- 4) Kewajaran (*Fairness*)
- 5) Kemandirian (*Independency*)

Sulit dipungkiri, bahwa pergerakan industrialisasi berdampak negatif terhadap lingkungan dan pranata sosial sekitarnya (selanjutnya disebut *negative externalities*). Hal itu karena industrialisasi membutuhkan mobilisasi sumberdaya sehingga kecil ataupun besar, cepat ataupun lambat dapat mengganggu keseimbangan

⁴ Sri Redjeki Hartono, *Corporate Social Responsibility, Teori dan Praktik*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010), hal. 39

sumberdaya tersebut. Disitulah letak pentingnya pembagian tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat, agar terjadi keseimbangan eksploitasi (selanjutnya disebut *social responsibility*).⁵

Secara umum, CSR mencakup berbagai tanggung jawab yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi.⁶ Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila komitmen penuh dari manajemen puncak (*top management*) perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *Good Corporate Governance* dan salah satu implementasi *Good Corporate Governance* adalah penerapan CSR.

CSR merupakan Komponen Integral dari tata kelola perusahaan, terutama ketika terjadi konflik antara kebermanfaatan perusahaan terhadap sosial masyarakat dengan tujuan perusahaan memaksimalkan keuntungan. Keberadaan konflik tersebut menuntut perusahaan untuk menetapkan kebijakan dan program CSR untuk memastikan bahwa dewan direksi dan senior eksekutif melaksanakan ketetapan tersebut. Saat ini, pimpinan perusahaan menghadapi tantangan tanggung jawab sesuai dengan standar moral tertentu.⁷

Sebagai satu konsep, meskipun telah menjadi trend yang semakin ramai diperbincangkan, *social responsibility* belum memiliki batasan yang sepadan. Banyak ahli, praktisi dan peneliti belum memiliki kesamaan dalam memberikan definisi, meskipun dalam banyak hal memiliki kesamaan esensi.

Johnson and Johnson (2009) mendefinisikan "*Corporate Social Responsibility (CSR) is about*

⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 45.

⁶ Laura Hartman dan Joe Desjardiind, *Business Ethics: Decision-Making for Personal Integrity & Social Responscibility*, terj. Danti Pujiati (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2011), hal. 155

⁷ Bayu Tri Cahya, *Islamic Social Reporting: Representasi Tanggung Jawab dan Akuntabilitas Perusahaan Berbasis Syariah*, (Bogor: UIKA Press, 2019), hal. 52

how companies manage the business processes to produce an overall positive impact on society”

Definisi tersebut berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan yang baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat⁸

Beberapa konsep tentang Corporate Social Responsibility dapat dijelaskan dengan melihat pendapat-pendapat dari beberapa ahli yang didasari dari beberapa penelitian terhadap kegiatan perusahaan. Salah satu konsep menyebutkan tentang Corporate Social Responsibility adalah komitmen untuk usaha bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas local dan komunitas lebih luas.

Pandangan Milton Friedman tentang tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat. Tanggung jawab moral perusahaan tentu bias diarahkan kepada banyak hal misalnya kepada dirinya sendiri, kepada para karyawan, kepada perusahaan lain, dan seterusnya. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial, yang disoroti adalah tanggung jawab moral terhadap masyarakat dimana perusahaan menjalankan kegiatannya, entah masyarakat dalam arti sempit seperti lingkungan di sekitar sebuah pabrik atau masyarakat luas.

Menurut Magnan dan Farrel mendefinisikan CSR sebagai *“a business acts in a socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stakeholder interst.”* Artinya, suatu bisnis dikatakan telah melakukan tanggung jawab sosialnya jika keputusan-keputusan yang berbeda-beda.

A.B Susanto mendefinisikan CSR Sebagai tanggung jawab perusahaan baik kedalam maupun keluar

⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 46.

perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab keluar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.⁹

Dari beberapa penjelasan diatas mengenai definisi CSR makan dapat disimpulkan secara singkat bahwa CSR adalah konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial atau lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada

2. Ruang lingkup dan Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Kajian terhadap *Corporate corporate social responsibility* terbagi menjadi dua bagian yaitu ruang lingkup dalam arti sempit dan ruang lingkup dalam arti luas

a. Ruang lingkup tanggung jawab sosial dalam arti sempit.

Tanggung jawab sosial CSR dalam arti sempit dimulai dengan melihat perkembangan CSR terhadap karyawan. Dilanjutkan dengan perkembangan CSR terhadap stakeholder dan masyarakat umum.¹⁰

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik (shareholder) sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (stakeholder), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial (social responsibility). Fenomena seperti itu terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat negative

⁹ Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 90.

¹⁰ Bayu Tri Cahya, *Islamic Social Reporting: Representasi Tanggung Jawab dan Akuntabilitas Perusahaan Berbasis Syariah*, (Bogor: UIKA Press, 2019), hal. 92

externalities yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi (Harahap, 2002). Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula diukur sebatas pada indikator ekonomi dalam laporan keuangan kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap stakeholder, baik internal maupun eksternal.

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian, stakeholder merupakan pihak internal maupun eksternal, seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas, dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Berdasar pada asumsi dasar stakeholder theory tersebut, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan social sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi stakeholder serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan going concern.

Esensi teori stakeholder tersebut di atas jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi expectation gap dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah.¹¹

¹¹ 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. 6

- b. Ruang lingkup tanggungjawab sosial dalam arti luas.

Kajian mengenai perkembangan CSR dalam arti luas akan membahas perkembangan CSR terhadap lingkungan hidup. Selanjutnya mengkaji keterkaitan CSR dengan Hak Asasi Manusia (HAM), pembahasan terakhir mengenai ruang lingkup CSR gerakan anti korupsi.¹²

Mengenai prinsip-prinsip CSR, Komisi Brundtland (1987) telah menetapkan prinsip-prinsip CSR yang meliputi:

- a. Prinsip akuntabilitas, utamanya yang terkait dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan,
- b. Prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan dan integritas.
- c. Prinsip menghormati kepentingan stakeholders, dalam arti harus menghormati, mempertimbangkan dan menanggapi kepentingan stakeholders.
- d. Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yaitu organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib.
- e. Prinsip menghormati norma-norma internasional.
- f. Prinsip menghormati hak asasi manusia dalam arti organisasi harus menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka.

3. Jenis-Jenis Penerapan *Corporate Social Responsibility*

Penerapan kegiatan CSR di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000, walaupun kegiatan dengan esensi dasar yang sama telah berjalan sejak tahun 1970-an, dengan tingkat yang bervariasi, mulai dari yang paling sederhana seperti donasi sampai kepada yang

¹² Bayu Tri Cahya, *Islamic Social Reporting: Representasi Tanggung Jawab dan Akuntabilitas Perusahaan Berbasis Syariah*, (Bogor: UIKA Press, 2019), hal. 116

komprehensif seperti terintegrasi ke dalam strategi perusahaan dalam mengoperasikan usahanya.¹³

Jenis-jenis motif program *Corporate Social Responsibility* menurut Philip Kotler dan Nancy Lee setidaknya terdapat enam kategori aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) yakni:¹⁴

- a. *Cause Promotions*, Promosi Kegiatan Sosial, dalam aktivitas CSR ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.
- b. *Cause related marketing*, Pemasaran terkait kegiatan sosial, dalam aktivitas CSR ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilan untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu serta untuk aktivitas tertentu.
- c. *Corporate social marketing*, Pemasaran kemasyarakatan korporat. Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- d. *Corporate philanthropy*, Kegiatan filantropi perusahaan. Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan

¹³ Mas Achmad Daniri, *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "A Promise Gold Rating: Sustainable CSR", 23 Agustus 2006*, www.menlh.go.id, diakses tanggal 25 Juli 2020

¹⁴ Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility (Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia)*, (Badung : PT Refika Aditama, 2009), hal. 63-74

memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, bingkisan, paket bantuan atau pelayanan secara cuma-cuma.

- e. *Community volunteering*, Pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela. Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, rekan pedagang eceran, atau para pemegang franchise agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela bagi komunitas.
- f. *Socially responsible business practice*, Praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial. Dalam aktivitas CSR ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

Selain itu Mas Ahmad Daniri juga pernah menjelaskan Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. Pertama, perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Ketiga, kegiatan tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial. Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat digolongkan dalam tiga bentuk, yaitu:¹⁵

¹⁵ Mas Achmad Daniri, *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, sambutan Menteri Negara Lingkungan Hidup pada Seminar Sehari "A Promise Gold Rating: Sustainable CSR", 23 Agustus 2006, www.menlh.go.id, diakses tanggal 3 Agustus 2020*

- a. Public Relations Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.
- b. Strategi defensif Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negatif komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan 'serangan' negatif dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
- c. Kegiatan yang berasal dari visi perusahaan Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil dari perusahaan itu sendiri.
Sedangkan program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu:
 - a. Community Relation
Yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (charity) perusahaan.
 - b. Community Services
Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah dilakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan masalah tersebut.
 - c. Community Empowering
Adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya, seperti pembentukan usaha industri kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan

memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini, sasaran utama adalah kemandirian komunitas.

4. *Corporate Social Responsibility* dalam Ekonomi Islam

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inhern dari ajaran islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (Maqashid al syariah) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan.¹⁶

Yusuf dan Bahari (2011) mengungkapkan bahwa konsep CSR yang dikembangkan di Barat tidak sama dengan konsep CSR dalam Islam. CSR di Barat lebih berorientasi ke dunia, dengan tujuan agar perusahaan dapat diterima oleh masyarakat dan mencari keuntungan bisnis semata. Sedangkan CSR dalam pandangan islam dibangun atas dasar tasawur (pandangan dunia) dan epistemologi Islam yang berbeda dari CSR yang dikembangkan di Barat.¹⁷

Menurut Muhammad Nejatullah al-Siddiqi dalam "Muslim Economic Thinking: A Survey of Contemporary Literature" Islamic economics is the muslim thinker's respon to the economic challenges of their time. In this endeavour they were aided by the qur'an and the sunnah as well as by reason and experience.¹⁸

¹⁶ M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, *Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Kasus Pada Bank Syariah di DIY*, dalam Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol. 10 No.1, Tahun 2008, hal. 20

¹⁷ Kharisma, Indra, and Imron Mawardi, *Implementasi Islamic Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Pt. Bumi Lingga Pertiwi Di Kabupaten Gresik*, dalam Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 1 No. 1 Tahun 2014, hal. 42

¹⁸ Ika Yunia Fauzia dan Addul Kadir Riyadi, *Prinsip dasar Ekonomi Islam perspektif maqashid Al Sayariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 6

Menurut Sidik dan Reskino, (2016) Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) adalah sebuah konsep Corporate Social Responsibility Islami yang dikembangkan dari Corporate Social Responsibility konvensional. Ajaran dalam Islam selama ini telah memiliki konsep amal/filantropi yang mana identik dengan konsep filantropi dalam konvensional. Hal ini terlihat dari ajaran untuk berzakat, berinfak, bersedekah, memberi makan orang miskin, tidak berbuat kerusakan, serta memberikan pinjaman kepada orang yang membutuhkan tanpa mengharap imbalan (qard).¹⁹

Ilmu ekonomi Islam adalah respons pemikir Muslim terhadap tantangan ekonomi pada masa tertentu. Dalam usaha keras ini mereka dibantu oleh Al-Qur'an dan Sunnah, akal (ijtihad), dan pengalaman.

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (Q.S. Al-Jumu'ah: 10).

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari

¹⁹ Sidik Ichwan dan Reskino, *Pengaruh Zakat dan ICSR Terhadap Reputasi dan Kinerja*. Jurnal SNA vol. 19. Lampung 2016, hal. 5

kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S. Al Baqarah: 148)

Sesungguhnya Islam telah menjelaskan cukup jelas mengenai hak dan kewajiban bagi individu maupun bagi organisasi berdasarkan Alqur'an dan Hadits. Hal tersebut karena Islam adalah agama yang secara lengkap mengatur seluruh aspek kehidupan manusia.

Dari perspektif Islam, CSR mencakup makna yang lebih luas dalam merangkul nilai takwa dalam segala situasi, dimana setiap orang dalam organisasi harus memainkan peran dan tanggung jawab sebagai insan dan khilaf dalam segala situasi.

Dalam Islam kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap survive dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat biaya yang jauh lebih besar harus ditanggung oleh perusahaan.

Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif dengan mengimbangi hak-hak dari semua stakeholders berdasarkan kewajaran, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, maka akan bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.²⁰ Seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stres karyawan meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan distribusi kekayaan di dalam masyarakat

Jelas berarti bahwa semua aspek kehidupan meliputi personal, sosial, politik, utamanya ekonomi dan dimensi intelektual manusia dapat kita kontrol dengan dasar agama Islam, atau biasa disebut sebagai sesuai

²⁰ M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, *Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Kasus Pada Bank Syariah di DIY*, dalam Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol. 10 No.1 (2008), hal. 21

syariah, yang memiliki keyakinan dasar, nilai-nilai dan tujuan Islam yang harus di patuhi.

Falsafah moral Islam yang tercermin dalam CSR disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu:

1) Menjaga lingkungan dan melestarikannya.

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن
 قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ
 فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا
 أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا
 بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعْدَ ذَلِكَ فِي
 الْأَرْضِ لَمْسْرِفُونَ

Artinya: Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi. (Q.S. Al-Maidah ayat 32)

- 2) Upaya untuk menghapus kemiskinan.

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ
 فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
 وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ
 دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ ۚ وَمَا آتَاكُمُ
 الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا ۚ
 وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota. Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya. (Q.S. Al-Hasyr ayat 7)

- 3) Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar.

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ بَحِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا
 وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ ۖ وَلَكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا

يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۗ وَكَثَرُوا لَآ
يَعْقِلُونَ ۝

Artinya: Allah sekali-kali tidak pernah mensyari'atkan adanya bahiirah, saaibah, washiilah dan haam akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti. (Q.S. Al-Maidah ayat 103)

4) Jujur dan amanah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ
وَتَخُونُوا ءَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui. (Q.S. Al-Anfal ayat 27)

Keempat falsafah moral di atas merupakan upaya dalam rangka menyelaraskan semua aspek kehidupan seorang Muslim dengan ajaran agamanya.²¹

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial tertuju kepada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat sekitar

²¹ M. Umer Capra, *Sistem Moneter Islam* (Jakarta: Gema Insani Press & Tazkia Cendekia. 2000), hal. 2.

perusahaan.²² Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain, sebagai berikut:

a. Pelaku-pelaku Organisasi

1) Hubungan Perusahaan dengan Pekerja

a. Keputusan Perekrutan, Promosi, bagi pekerja.

Islam mendorong bagaimana memperlakukan sesama muslim secara adil. Sebagai contoh, dalam perekrutan, promosi dan keputusan-keputusan lain dimana seorang manajer harus menilai kinerja seseorang terhadap orang lain, kejujuran serta keadilan adalah sebuah keharusan

b. Upah yang adil

Dalam organisasi Islam, pemberian upah harus diberikan dengan cara yang adil, baik bagi pekerja maupun juga pemilik perusahaan. Pada hari pembalasan, Rasulullah SAW akan menjadi saksi terhadap orang yang mempekerjakan buruh dan mendapatkan pekerjaannya diselesaikan olehnya namun tidak memberikan upah kepadanya.

c. Penghargaan terhadap keyakinan pekerja

Prinsip umum tauhid atau keesaan berlaku untuk semua lingkup hubungan antara perusahaan dan pekerjaannya. Pengusaha Muslim tidak boleh memperlakukan perkerjanya, seolah-olah Islam tidak berlaku selama waktu kerja. Sebagai contoh, pekerja Muslim harus diberi waktu untuk mengerjakan shalat, tidak boleh dipaksa untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan moral Islam, beri waktu istirahat bila sakit dan tidak dapat bekerja, dan lain sebagainya.

d. Hak pribadi

Jika seorang pekerja memiliki keterbatasan fisik yang membuatnya tidak dapat mengerjakan tugasnya atau jika seorang pekerja telah berbuat kesalahan di masa lalu, maka pemilik perusahaan tidak boleh menyiarkan berita tersebut. Hal ini

²² Rafik Isa Beekhun, Etika Bisnis Islami, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm 64.

akan melanggar hak pribadi sang pekerja untuk dapat memiliki hak pribadi.²³

2) Hubungan Pekerja dengan Perusahaan

Berbagai persoalan etis mewarnai hubungan antara pekerja dengan pihak perusahaan, terutama berkaitan dengan persoalan kejujuran, kerahasiaan, dan konflik kepentingan. Maka, seorang pekerja tidak boleh menggelapkan uang perusahaan dan juga tidak boleh membocorkan rahasia perusahaan kepada orang diluar perusahaan. Praktek tidak etis lain terjadi jika para manajer menambahkan harga palsu untuk makanan dan pelayanan dalam pembukuan keuangan perusahaan. Beberapa dari mereka melakukan penipuan karena merasa dibayar rendah dan ingin mendapatkan upah yang adil. Bagi para pekerja Muslim, Allah SWT memberikan peringatan yang jelas di dalam Al-Quran surat Al A'raaf (7) ayat 33²⁴

Artinya: Katakanlah: "Tuhanku hanya mengharamkan perbuatan yang keji, baik yang nampak ataupun yang tersembunyi, dan perbuatan dosa, melanggar hak manusia tanpa alasan yang benar, (mengharamkan) mempersekutukan Allah dengan sesuatu yang Allah tidak menurunkan hujjah untuk itu dan (mengharamkan) mengada-adakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui."

Pekerja Muslim yang menyadari makna ayat diatas seharusnya tidak berbuat sesuatu dengan cara-cara yang tidak etis.

3) Hubungan Perusahaan dengan Pelaku Usaha Lain

a) Distributor

Etika bisnis menyebutkan bahwasanya seseorang harus melakukan negosiasi kepada pihak lain dengan harga yang adil dan tidak mengambil

²³ Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal 65-67

²⁴ Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 67

keuntungan berdasarkan bagian yang lebih besar. Untuk menghindari kesalahpahaman di masa depan, Allah SWT telah memerintahkan kita untuk membuat perjanjian kewajiban bisnis secara tertulis. Transaksi gharar antara perusahaan dan pemasoknya juga dilarang dalam Islam. Selain persoalan di perbolehkannya praktek agensi secara umum, pedagang dilarang campur tangan dalam sistem pasar bebas melalui suatu bentuk perantaraan tertentu. Perantaraan semacam ini mungkin akan menyebabkan terjadinya inflasi harga.

b) Pembeli atau Konsumen

Pembeli atau konsumen seharusnya mendapatkan barang atau jasa dalam kondisi baik serta dengan harga yang wajar pula. Pembeli atau konsumen pun harus di beri info apabila terdapat kekurangan pada suatu barang atau jasa tersebut, Islam dalam hal ini melarang praktek-praktek di bawah ini ketika berhubungan dengan konsumen atau pembeli:

- (1) Penggunaan alat ukur yang tidak tepat
- (2) Penimbunan serta manipulasi harga
- (3) Penjualan barang atau barang palsu maupun rusak
- (4) Bersumpah palsu dalam sebuah penjualan
- (5) Membeli barang hasil curian
- (6) Mengambil bunga atau ribadari transaksi tersebut.

c) Pesaing

Dalam negara-negara barat yang menyatakan diri sebagai kawasan berdasarkan prinsip persaingan pasar, namun kenyataannya kegiatan bisnis yang ada memperlihatkan bahwa sebuah bisnis berusaha untuk dapat lebih unggul di banding pesaingnya serta mengeliminasi para pesaingnya. Dengan mengeliminasi para pesaingnya, sebuah perusahaan selanjutnya akan dapat memperoleh hasil ekonomi di atas rata-rata

melalui praktek-praktek penimbunan dan monopoli harga. Dalam islam kegiatan persaingan yang tidak sehat seperti diatas tidak dibenarkan.

b. Lingkungan Alam

Islam sangat mendorong kaumnya untuk dapat menghargai alam dalam segala aktivitasnya. Bahkan, Allah SWT telah memberikan keindahan alam sebagai salah satu dari tanda-tanda-dari kuasaNya. Islam mengutamakan peran manusia atas lingkungan alam dengan memberi tanggung jawab kepada lingkungan sekelilingnya sebagai penerapan sifat khalifah Allah SWT. Dalam peranannya sebagai khalifah, seorang pengusaha Muslim diharapkan memelihara lingkungan alamnya. Kecenderungan mutakhir paham environmentalisme bisnis, dimana sebuah usaha secara proaktif memberi perhatian yang cermat dalam memperhatikan lingkungan sekitar, sebenarnya bukan merupakan suatu yang baru. Sejumlah contoh semakin memperjelas betapa pentingnya hubungan Islam dengan lingkungan alam, perlakuan terhadap binatang, polusi lingkungan dan hak-hak kepemilikan, dan polusi lingkungan terhadap sumber-sumber alam “bebas” seperti misalnya udara dan air.

c. Kesejahteraan Sosial Masyarakat

Selain harus bertanggung jawab kepada berbagai pihak yang berkepentingan dalam usahanya dan lingkungan alam sekelilingnya, kaum Muslim dan organisasi tempat mereka bekerja juga diharapkan memberikan perhatian kepada kesejahteraan umum masyarakat dimana mereka tinggal. Sebagai bagian masyarakat, pengusaha muslim harus turut memperhatikan kesejahteraan anggotanya yang miskin dan lemah. Bisnis muslim harus memberi perhatian kepada usaha-usaha amal dan mendukung berbagai tindakan kedermawanan.²⁵

²⁵ Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 82

Tanggung jawab sosial selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will) dan tanggung jawab (responsibility). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:²⁶

1) Al-Adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam Al- Quran Surat Huud (11) ayat 85²⁷

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا
تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ
مُفْسِدِينَ

Artinya: *Syuaib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah*

²⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press,2007), hal. 45

²⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press,2007), hal. 46

kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.

2) Al-Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah beauty dan perfection dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada stakeholders.²⁸

3) Manfaat

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya, memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam Corporate Social Responsibility (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi.

4) Amanah

Didalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Perusahaan yang menerapkan Corporate

²⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 47

Social Responsibility (CSR), harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis.²⁹

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:

- a) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan stakeholder.
- b) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam
- c) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.³⁰

5. Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada UD. Dua Merpati dalam Perspektif Ekonomi Islam

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri, jika berbicara tentang CSR terdapat banyak definisi. kata sosial sering di interpretasikan sebagai kedermawanan. Padahal CSR terkait dengan *Sustainability* dan *Acceptability*, artinya diterima dan berkelanjutan untuk berusaha di suatu tempat dan perusahaan ingin mempunyai keberlanjutan dalam jangka panjang. CSR merupakan elemen prinsip dalam tata laksana kemasyarakatan yang baik. Bukan hanya bertujuan memberi nilai tambah bagi para pemegang saham. Pada intinya, pelaku CSR sebaiknya tidak memisahkan aktifitas CSR dengan *Good Corporate Governance*, karena keduanya merupakan satu *continuum* (rangkaiian kesatuan), maka CSR tidak hanya

²⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press,2007), hal. 48

³⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press,2007), hal. 48

mencakup apa yang seharusnya dilakukan, tapi juga melihat apa yang sebaiknya dijalankan³¹

Menurut Hadi dalam Angga dan Ai Ada beberapa faktor dan manfaat sebuah perusahaan melaksanakan CSR :

- a. Motif sosial sebagai aktualisasi tanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat, membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat
- b. Menjalin hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat
- c. Merupakan implementasi filosofi perusahaan
- d. Tanggung jawab terhadap pemegang saham
- e. Membangun *image* positif perusahaan
- f. Merupakan komitmen dan cita- cita perusahaan
- g. Mendukung investasi jangka panjang.³²

Program CSR dalam Islam harus disesuaikan dengan masalah dan al-Shari'ah, mewajibkan untuk mengutamakan kepentingan al-dharuriyyah lebih dahulu, dilanjutkan pada kepentingan al-hajiyyah dan yang terakhir al-tahsiniyyah. Walaupun dalam pencapaian ketiga kepentingan ini bukanlah sesuatu yang berlaku secara berurutan dan ketat, tetapi pencapaian ketiga piramida masalah ini menjadi petunjuk bagi pengelola perusahaan dalam memutuskan program CSR yang tepat guna dan tepat sasaran.³³

Klasifikasi tradisional membagi Maqasid menjadi tiga: tingkatan keniscayaan (*level of necessity*), yaitu:

³¹ M. Faroid dan Kholid Murtadlo, *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan PT Tirta Investama Keboncandi Pada Masyarakat Desa Jeladri Pasuruan*, dalam Jurnal Sketsa Bisnis, Vol 1 No.1 Tahun 2014, hal. 5-6

³² Angga Yusrilianda dan Ai Lili Yulianti, *Mengukur Pengaruh Program CSR Terhadap Citra Perusahaan Bank Bjb, (Studi Pada program CSR melalui pemberian mesin biodigester sampah*, dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, (Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2013), hal. 2

³³ Wahyuddin. *Islamic corporate sosial responsibility (icsr); kajian teoritis*, dalam Jurnal Akad Vol.1 No. 1 Tahun 2016, hal. 25

kenisyaan atau dadruriat (*daruriyyat*), kebutuhan atau hajat (*hajiyyat*), kelengkapan (*tahsiniyyat*). Daruriat terbagi menjadi (a) perlindungan agama (*hifz al-din*), (b) perlindungan harta (*hifz al-mal*), (c) perlindungan akal (*hifz al-aql*) dan (d) perlindungan keturunan (*hifzul al-Nasl*). Beberapa pakar Usul Fikih menambahkan (e) perlindungan kehormatan (*hifz al-ird*).

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial tertuju kepada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat sekitar perusahaan.³⁴

6. Implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam Ekonomi Islam

Implementasi CSR tidak hanya sekedar upaya perusahaan untuk membayar utang sosial yang diakibatkan oleh proses bisnisnya, melainkan menjadi sebuah tanggung jawab sosial yang menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk melaksanakannya. Bahkan lebih jauh dari itu, CSR seakan ditujukan untuk berlomba meningkatkan nilai dan citra perusahaan di mata pasar yang berujung pada komersialitas perusahaan. Pelaksanaan CSR dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang.³⁵

³⁴ Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 64.

³⁵ Yusanto dan Yunus, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Putra Medika, 2009), hal. 165

Dalam implementasinya, ada empat model pola tanggung jawab sosial perusahaan yang diterapkan di Indonesia, yaitu :³⁶

- a. Keterlibatan langsung.
Perusahaan menjalankan program tanggung jawab sosial secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, sebuah perusahaan biasanya menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti corporate secretary atau public affair manager atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.
Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan di perusahaan di perusahaan-perusahaan di negara maju. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
- c. Bermitra dengan pihak lain.
Perusahaan menyelenggarakan tanggung jawab sosial perusahaan melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau atau organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.
Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, pola ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat hibah pembangunan.

Dari keempat model diatas, model yang sering dilakukan selama tahun 2001 adalah model ketiga, yakni perusahaan bermitra dengan organisasi sosial atau lembaga lain.

³⁶ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), hal. 106

sedangkan dalam tujuh prinsip tanggung jawab sosial yang ada pada ISO 26000, sebagai standar penerapan tanggung jawab sosial, implementasi harus berlandaskan kepada beberapa prinsip:³⁷

- a. Akuntabilitas/Amanah, Dalam usaha bisnis, konsep akuntabilitas/amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Terkait tanggung jawab perusahaan terhadap efek yang ditimbulkan CSR pada lingkungan dan masyarakat serta menjadikan akuntabel terhadap efek tersebut.³⁸ Sejalan dengan firman Allah dala Surah An-Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat. (QS. An-Nisa ayat 58)*³⁹

- b. Transparansi/Kejujuran, terkait pengorganisasian tanggung jawab sosial perusahaan harus transparansi dalam pengambilan keputusan serta aktivitas terkait komunitas dan lingkungan. Organisasi harus mengkomunikasikan peraturan, keputusan, serta

³⁷ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal. 233

³⁸ Mubyarto, *Etika, Agama dan Sistem Ekonomi*, dalam *Jurnal Ekonomi Rakyat*, Vol. 1 No. 2, April 2002, hal. 216

aktivitasnya. Transparansi terhadap manajemen dan penyelenggaraan pelayanan publik meliputi kebijakan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan/pengendalian oleh masyarakat. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Al Baqarah 267:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَسْتَحْيِي أَنْ يَضْرِبَ مَثَلًا مَّا بَعُوضَةً
فَمَا فَوْقَهَا فَأَمَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا فَيَعْلَمُونَ أَنَّهُ الْحَقُّ
مِنْ رَبِّهِمْ وَأَمَّا الَّذِينَ كَفَرُوا فَيَقُولُونَ مَاذَا أَرَادَ اللَّهُ
بِهَذَا مَثَلًا ۖ يُضِلُّ بِهِ كَثِيرًا وَيَهْدِي بِهِ كَثِيرًا ۚ وَمَا
يُضِلُّ بِهِ إِلَّا الْفٰسِقِينَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS. Al-Baqarah ayat 26)

- c. Perilaku etis/moral, terkait sikap yang harus dimiliki dalam aktivitas perusahaan dalam tanggung jawab sosialperusahaan, yaitu kejujuran, kesamaan, dan integritas. Sebagaimana dalam Firman Allah QS. Arrum ayat 30:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۖ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ
النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۗ ذَلِكَ الدِّينُ
الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: Maka hadapkanlah wajahmu dengan Lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. tidak ada peubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahu. (Q.S. Ar-Ruum ayat 30)

- d. Respek terhadap kebutuhan stakeholders, terkait bagaimana organisasi menghargai, mempertimbangkan dan merespon kepentingan setiap stakeholder yang ada dalam aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan.⁴⁰ Allah Ta'ala akan mencintai hamba-hamba-Nya yang selalu berupaya dan berusaha membantu kebutuhan saudaranya. Sebagaimana sabda Nabi Rasulullah SAW:
Artinya: "Siapa yang melepaskan kesusahan seorang mukmin di dunia niscaya Allah akan melepaskan kesusahannya di akhirat. Siapa yang memudahkan orang yang kesusahan, niscaya Allah akan memudahkan (urusannya) di dunia dan di akhirat. Siapa yang menutupi (aib) seorang muslim, niscaya Allah akan menutupi (aibnya) di dunia dan di akhirat. Dan Allah selalu menolong hamba-Nya jika hamba tersebut menolong saudaranya." (HR Muslim)
- e. Respek terhadap peraturan hukum: terkait bahwa setiap tanggung jawab sosial perusahaan harus mengikuti hukum yang berlaku sebagai dasar dari kegiatan bisnis dalam alur tanggung jawab sosial.⁴¹
- f. Independensi, Independensi terkait dengan konsistensi atau sikap istiqomah yaitu tetap berpegang teguh pada kebenaran meskipun harus menghadapi resiko, sesuai pada Q.S Fushshilat ayat 30

⁴⁰ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal. 234

⁴¹ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), hal. 234

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ
 الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي
 كُنتُمْ تُوعَدُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: “Tuhan Kami ialah Allah” kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, Maka Malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: “Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu” (QS. Fussilat ayat 30)*

Independen merupakan karakter manusia yang bijak (ūlul al-bāb) yang dalam al-Quran disebutkan sebanyak 16 kali, yang diantara karakternya adalah “Mereka yang mampu menyerap informasi (mendengar perkataan) dan mengambil keputusan (mengikuti) yang terbaik (sesuai dengan nuraninya tanpa tekanan pihak manapun).⁴²

7. Indikator Keberhasilan Corporate Social Responsibility (CSR)

Wibisono dalam Winda (2014) menyampaikan bahwa ada beberapa indikator keberhasilan yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan program CSR yaitu:

- a. Indikator Internal (Ukuran Primer/Kualitatif)
 - 1) *Minimize* yaitu Meminimalkan perselisihan/konflik/potensi konflik antara perusahaan dengan masyarakat dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan kondusif;

⁴² Widiyanti, Novi Wulandari, *Corporate Governance dalam Pandangan Islam: Sebuah Konsep Alternatif dalam Penerapan Good Corporate Governance*, (Jember: Universitas Jember, 2009), hal. 564

- 2) *Asset* yaitu terjaga dan terpeliharanya aset perusahaan yang terdiri dari pemilik/pimpinan perusahaan, karyawan, pabrik dan fasilitas pendukungnya dengan aman;
 - 3) *Operational* yaitu seluruh kegiatan perusahaan berjalan aman dan lancar.
- b. Ukuran Sekunder yaitu :
- 1) Tingkat penyaluran dan kolektabilitas (umumnya untuk BUMN)
 - 2) Tingkat compliance atau mengikuti pada aturan spesifikasi standar yang berlaku.
- c. Indikator Eksternal yaitu :
- 1) Indikator Ekonomi yaitu tingkat pertambahan kualitas sarana dan prasarana umum, tingkat peningkatan kemandirian masyarakat secara ekonomis, tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan;
 - 2) Indikator Sosial yaitu frekuensi terjadinya gejala atau konflik sosial, tingkat kualitas hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat, tingkat kepuasan masyarakat.⁴³

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan karya - karya ilmiah terdahulu dari berbagai sumber yang relevan dan dapat dipertanggung jawabkan. Artinya pengambilan dan pencantuman hasil dari penelitian karya ilmiah terdahulu dalam skripsi ini didasarkan pada kemiripan tema, kata kunci, serta ditinjau dari dasar teori atau hasil - hasil penelitiannya. Serta disertai penjelasan tentang kontribusi yang akan diberikan oleh peneliti dalam membahas tema tersebut. Dengan demikian peneliti dapat menegaskan posisinya secara signifikan dalam mengembangkan pokok bahasan yang akan diteliti.

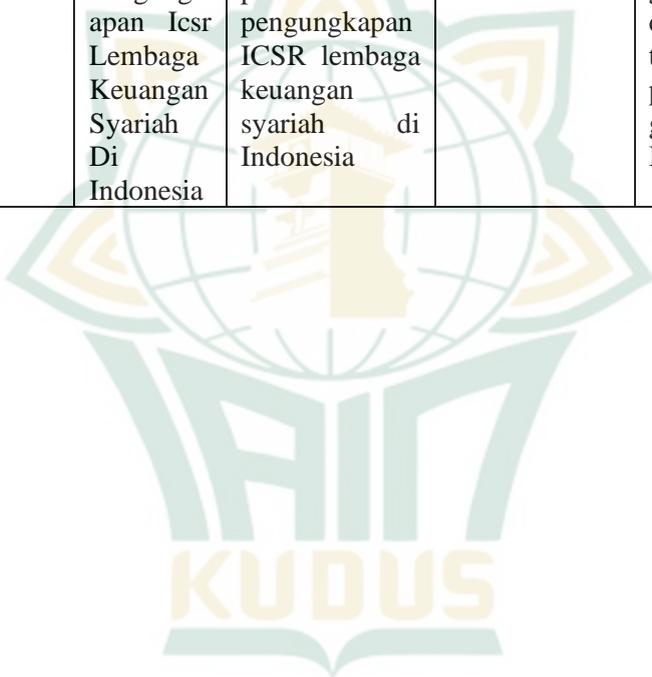
⁴³ Winda Dwi Novita Sari Dan Andayani, *Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Masyarakat Di Lingkungan Sekitar Perusahaan*, dalam *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, Vol. 3 No. 1 (Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2014), hal.7

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
Wahyudin (2016)	Islamic Corporate Social Responsibility (Icsr); Kajian Teoritis	Untuk mengetahui teori-teori terkait bagaimana penerapan islamic Corporate Sosial Responsibility	Persamaannya yaitu terletak pada pembahasan yaitu Islamic Social Responsibility (CSR)	Perbedaannya pada fokus penelitian, antara teoritis dan implementasi
Kadek Desy Apriantihny (2015)	Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Modal Sosial Pada Pt. Tirta Mumbul Jaya Abadi, Singaraja Bali	implementasikan melalui model alternatif implementasi CSR yang berbasis pemanfaatan modal sosial, maka akan lebih bermakna bagi pemberdayaan masyarakat, baik ekonomi, sosial, maupun budaya secara berkelanjutan.	Persamaannya adalah implementasi Corporate Social Responsibility	Perbedaannya Corporate Social Responsibility dengan Islamic Corporate Sosial Responsibility

<p>Indra Kharisma (2014)</p>	<p>Implementasi Islamic Social Responsibility (CSR) Pada PT Bumi Lingga Pertiwi di Kabupaten Gresik</p>	<p>Terdapat beberapa hasil penelitian pada PT bumi lingga pertiwi dimana belum menerapkan prinsip ketauhidan, kekhalifahan, keadilan dan hanya menerapkan prinsip persudaraan dalam operasional kesehariannya.</p>	<p>Persamaannya yaitu terletak pada pembahasan yaitu Implementasi Islamic Social Responsibility (CSR)</p>	<p>Perbedaan yaitu terletak pada metode penelitian dan analisis penelitian.</p>
<p><i>Fila Novitas ari (2018)</i></p>	<p>Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Untuk Kemanfaatan Perusahaan Pada PG. Pagotan Madiun</p>	<p>Kemanfaatan yang didapat dari pelaksanaan 4 bidang CSR di PG. Pagotan Madiun dinyatakan belum maksimal karena keterbatasan dana perusahaan.</p>	<p>Persamaannya yaitu pada tujuannya untuk mendeteksi manfaat dari implementasi CSR</p>	<p>Perbedaan pada lokasi penelitian yang jelas program CSR pada PG dan UD pasti berbeda begitupun analisisnya juga berbeda</p>
<p>Agung Hendrat</p>	<p>Pengaruh Profitabili</p>	<p>Penelitian kuantitatif</p>	<p>Persamaannya yaitu sama-</p>	<p>Perbedaan</p>

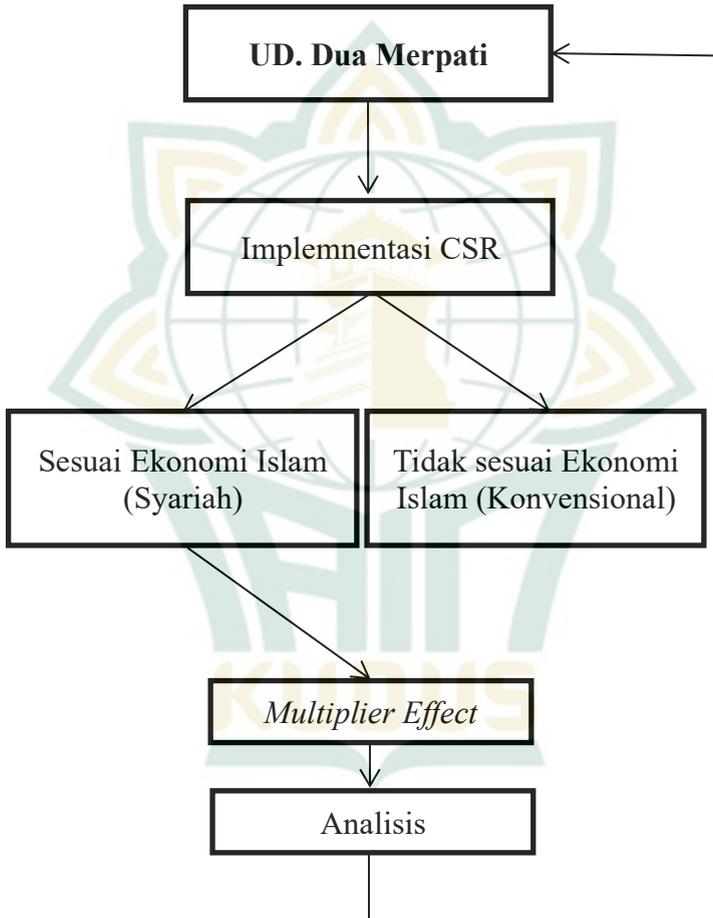
moko (2017)	tas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan Icsr Lembaga Keuangan Syariah Di Indonesia	yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan penjualan pertumbuhan pengungkapan ICSR lembaga keuangan syariah di Indonesia	sama meneliti keutungan perusahaan dari adanya ICSR	terletak pada metode penelitian dan juga adanya pengungkapan dan tanpa pengungkapan ICSR
-------------	--	---	---	--



C. Kerangka Berpikir

Gambar 2.2

Proses analisis Implementasi *Corporate Sosial Responsibility* dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada UD. Dua Merpati Desa Singocandi Kota Kudus)



Dari kerangka berpikir di atas dapat diterangkan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini untuk menggambarkan bagaimana Implementasi CSR yang sesuai dengan Ekonomi Islam yang dilakukan dengan menganalisis *Multiplier Effect* yang diterapkan oleh UD. Dua Merpati, serta mengidentifikasi implementasi

kegiatan tersebut untuk kemudian ditelusuri efektifitas masalah tersebut sehingga menghasilkan pernyataan apakah benar CSR yang diterapkan telah sesuai dengan hukum islam dan layak untuk dilanjutkan untuk keutungan dan kemaslahatan di masa mendatang.

D. Pertanyaan Penelitian

Dari uraian landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka berfikir. Maka penulis menemukan pertanyaan sebagai berikut :

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?