

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah topik yang dibahas dengan baik dalam etika usaha. Topik Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat menarik. Hal ini dikarenakan *corporate social responsibility* tidak dapat dipisahkan dari hati nurani seorang pengusaha agar dapat bertindak secara etis. Oleh itu, perusahaan cenderung untuk mengadakan kegiatan CSR memerlukan pemahaman tentang pengertian CSR sendiri. Ada banyak pengertian yang disampaikan oleh beberapa ahli tentang CSR. Tapi itu semua tergantung dari cara pandang yang digunakan oleh ahlinya.¹

Peran corporate tidak selalu untuk mendapatkan profit, tetapi juga untuk memaksimalkan utilitas. Artinya, corporate tidak hanya mempunyai tanggung jawab finansial serta hukum, tetapi juga social responsibility kepada masyarakat. *Economic Development Commission* (EDC) mengamati bahwa fungsi usaha mempunyai tujuan mendasar untuk melayani kebutuhan masyarakat secara konstruktif demi kepuasan publik yang terlibat. Untuk tujuan ini, EDC dengan jelas mendefinisikan pengertian social responsibility sebagai tiga lingkaran konsentris. Lingkaran dalam berisi tanggung jawab mendasar yang jelas berfungsinya untuk *economic product, employment, and economic growth* secara efisien. Lingkaran tengah sensitif terhadap perubahan nilai dan prioritas sosial, seperti perlindungan lingkungan, rekrutmen, hubungan pekerja, harapan pelanggan akan informasi, perlakuan adil, dan perlindungan cedera. Termasuk tanggung jawab untuk menjalankan fungsi ekonomi. Lingkaran luar menguraikan *responsibility* yang harus dipikul oleh *corporate* agar dapat sepenuhnya terlibat dalam kegiatan peningkatan masyarakat.²

Komitmen perusahaan terhadap *social and moral responsibility* dapat diubah menjadi usaha *corporate*.

¹ Budi Utung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, 1.

² Totok Mardikanto, *CSR Tanggung Jawab Sosial Koperasi*, 87-88.

Diasumsikan bahwa *social and moral responsibility* benar-benar dilaksanakan. Agar praktik ini terjadi, corporate harus menyadari kondisi internal tertentu yang memungkinkannya menjalankan *social responsibility* dan moralnya.³

Pelaksanaan CSR perusahaan merupakan tahap penerapan rencana corporate social responsibility yang telah disusun sebelumnya. Upaya perusahaan untuk memastikan tercapainya tujuan tanggung jawab sosialnya dilakukan melalui berbagai strategi. Tribun Furniture telah terlibat dalam kegiatan CSR sejak awal. Selain mengejar keuntungan, dasar ini juga merupakan misi sosial. Kegiatan yang dilakukan seperti bantuan keagamaan, bantuan publik atau lembaga. Penerapan yang dilakukan oleh Tribun Furniture, jika dikaitkan dengan teori, sesuai dengan pola strategis yang digunakan sebagai dasar pelaksanaan social responsibility, komitmen corporate secara langsung maupun tidak langsung. Perusahaan melaksanakan program CSR secara langsung dengan melaksanakan kegiatan sosial dan berdonasi kepada publik tanpa mediasi. Tentang pola strategi partisipasi usaha tidak langsung yang diterapkan oleh Tribun Furniture.

Dengan berpartisipasi secara langsung maupun tidak langsung, masyarakat harus lebih mengenal perusahaan. Mengenal perusahaan menciptakan hubungan baik antara masyarakat dan corporate. Selain itu, masyarakat dapat lebih mengenali perusahaan itu sendiri sebagai keluarga yang mendukung. Kebutuhan masyarakat juga dapat dipenuhi dalam hubungan yang dapat meningkatkan kualitas usaha dan memenuhi kebutuhan masyarakat itu sendiri.

2. Perencanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR membutuhkan rumusan yang jelas dari segi sumber daya, strategi, tujuan, penelitian pemangku kepentingan, dan anggaran yang dibutuhkan. Untuk alasan ini, penelitian yang terperinci dan berkelanjutan sangat diperlukan untuk menentukan konten dan tujuan yang layak untuk pembangunan berkelanjutan guna memperlebar

³ Buchari Alma, Doni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, 184.

perbedaan di antara para pemangku kepentingan.⁴ Beberapa tingkatan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu:

a. Menetapkan Visi

Visi adalah landasan filosofis operasional suatu entitas, terlepas dari entitas tersebut. Agar upaya sosial dan lingkungan berhasil, tanggung jawab sosial yang hidup harus dibangun di atas landasan politik yang kuat. Untuk itu, penting untuk menetapkan visi yang sinergis dengan visi perusahaan. Visi ini memberikan arahan bagi manajemen perusahaan untuk menetapkan kode etik perusahaan dengan cara yang konsisten dengan nilai-nilai masyarakat sekitar.⁵

b. Menetapkan Misi

Misi adalah detail yang lebih operasional dari visi. Oleh karena itu, misi CSR adalah untuk menginformasikan siapa perusahaan, landasan filosofis perusahaan, apa itu, atau arah kegiatan perusahaan di mata pemangku kepentingan. Misi merupakan dasar untuk mengembangkan tanggung jawab sosial perusahaan.

c. Menetapkan Tujuan

Tujuan adalah kisaran hasil akhir yang dicapai oleh perusahaan, sebagaimana ditentukan dalam rencana. Tujuannya adalah untuk memperjelas apa dan kapan perusahaan akan menyelesaikan hubungannya dengan para pemangku kepentingannya, dan untuk mengukur secara akurat aktivitas yang dilakukan.

d. Menetapkan Target

Target adalah batas atau referensi untuk menyelesaikan pekerjaan jangka pendek dari tujuan tertentu. Dengan menetapkan tujuan, praktisi tanggung jawab sosial memiliki tolok ukur untuk melaksanakan programnya masing-masing.⁶

e. Mempertimbangkan Kebijakan

Pedoman tersebut merupakan pedoman umum sebagai acuan pelaksanaan program CSR. Berbagai

⁴Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 123.

⁵Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 124-125.

⁶Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 126.

bentuk kebijakan yang diterapkan perusahaan dalam melakukan kegiatan tanggung jawab sosial seperti:

- 1) CSR didudukan sebagai investasi sosial perusahaan.
- 2) CSR diduduksn sebagai strategi usaha perusahaan.
- 3) CSR didudukan sebagai upaya untuk memperoleh *licence to operate* perusahaan dari masyarakat.
- 4) CSR didudukan sebagai bagian *dari risk management*.

3. Stakeholder Perusahaan

Stakeholder adalah semua orang di lingkungan eksternal yang terlibat langsung dalam organisasi atau perusahaan dan mempengaruhi kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepentingan pemangku kepentingan, di sisi lain, mencakup semua kepentingan pihak-pihak yang mempengaruhi operasi perusahaan. Masing-masing kekhawatiran tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *The interests of the owners of capital*
- b. *The interests of the survival of the company.*
- c. *Customer interest*
- d. *Employee interests*
- e. *Partner interests*
- f. *Government interest*
- g. *Community interest*
- h. *The importance of environmental preservation*⁷

Untuk meningkatkan eksistensi perusahaan dan meningkatkan kelangsungan hidup perusahaan, serta untuk meningkatkan kegiatan ekonomi dan sosial perusahaan, perusahaan perlu mengadopsi pendekatan pemangku kepentingan. Pendekatan ini memetakan hubungan yang ada di seluruh aktivitas usaha, memastikan bahwa pihak yang berkepentingan terlibat dalam aktivitas usaha yang bertujuan, dan hak semua pihak yang berkepentingan untuk melakukan usaha, dan melindungi kepentingan dipelihara dan dihormati.⁸

Pendekatan ini juga ditempuh untuk kepentingan usaha perusahaan. Hal ini mensyaratkan bahwa, agar suatu perusahaan dapat berhasil dan bertahan lama, semua

⁷Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: UPP AMP YPKN, 2004), 136.

⁸ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), 89.

perusahaan berkewajiban untuk menjamin, menghormati, atau bahkan menuntut hak dan kepentingan semua orang yang terlibat dalam kegiatan usahanya. Jika hanya salah satu pemangku kepentingan yang terlibat, dia tidak mau lagi berusaha dengan perusahaan. Pihak lain yang tidak berusaha dengan kita juga menganggap kita sebagai perusahaan yang harus memperhatikan hubungan usaha di masa depan dan, jika perlu, sebisa mungkin menghindarinya.⁹

4. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Untuk memastikan bahwa tujuan CSR tercapai, perusahaan menerapkan berbagai strategi. Strategi tersebut harus selalu mempertimbangkan visi, misi, tujuan, sasaran, dan kebutuhan pemangku kepentingan yang sebenarnya. Strategi ini meliputi:

a. Program dengan sentralisasi

Program terpusat adalah program aplikasi tanggung jawab sosial perusahaan yang terpusat. Perusahaan perencana menentukan sifat program, mengembangkan strategi perusahaan, dan pada saat yang sama mengimplementasikan program yang direncanakan.

b. Program dengan desentralisasi

Program desentralisasi, perusahaan berperan sebagai pendukung kegiatan. Perencanaan, strategi, tujuan dan target termasuk pelaksanaan ditentukan oleh pihak lain selaku mitra.

c. *Mixed type*

Program ini menggunakan pola mengadukan antara sentralistik dan desentralistik sehingga cocok program-program *community development*.

Selain itu, juga terdapat dua strategi implementasi CSR dilihat dari sudut pandang keterlibatan manajemen perusahaan, diantaranya yaitu :

a. *Self managing strategy*, berarti perusahaan itu sendiri yang merencanakan, merumuskan tujuan, target, evaluasi dan *monitoring* serta melaksanakan program CSR. *Self managing* dapat dilakukan dengan membentuk departemen dalam struktur organisasi yang bertugas untuk melaksanakan program CSR.

⁹ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, 89.

- b. Strategi implementasi dengan pola *outsourcing*. Berarti pelaksanaan CSR diserahkan pada pihak ke tiga, sehingga perusahaan tidak terlibat langsung dalam pelaksanaan di lapangan.¹⁰

5. Evaluasi CSR

Evaluasi dan pemantauan di tunjukan untuk mengetahui sejauh mana pencapaian tujuan program dan apakah terdapat penyimpangan yang membutuhkan tindakan koreksi. Evaluasi terhadap implementasi program CSR didasarkan pada program standar atau norma ketercapaian. Untuk itu, dalam rangka melakukan evaluasi perlu di rumuskan ukuran keberhasilan program diantaranya yaitu:

a. Indikator Internal

1) Ukuran primer atau kualitatif (M-A-O terpadu)

- a) *Minimize* yang berarti meminimalkan perselisihan/konflik/potensi konflik antara perusahaan dengan masyarakat dengan harapan terwujudnya hubungan yang harmonis dan kondusif.
- b) Aset perusahaan yang terdiri dari pemilik/pimpinan perusahaan, karyawan, pabrik dan fasilitas pendukungnya terjaga dan terpelihara dengan aman.
- c) Seluruh kegiatan operasional berjalan lancar.

2) Ukuran Sekunder

- a) Tingkat penyeluruhan dan kolektabilitas
- b) Tingkat compliance pada aturan yang berlaku.

b. Indikator Eksternal

1) Indikator Ekonomi

- a) Tingkat pertambahan kualitas sarana dan prasarana umum.
- b) Tingkat peningkatankemandirian masyarakat secara ekonomi.
- c) Tingkat peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat secara berkelanjutan.

2) Indikator Sosial

- a) Frekuensi terjadinya gejolak atau konflik sosial.

¹⁰ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevaasinya*, 146.

- b) Tingkat kualitas hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat.
- c) Tingkat kepuasan masyarakat.¹¹

6. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial mengandung dimensi yang sangat luas dan kompleks. Di samping itu, tanggung jawab sosial juga mengandung interpretasi yang sangat berbeda, terutama dikaitkan dengan kepentingan *stakeholders*.

- a. Mengembangkan mutu produk dan layanan bagi konsumen.
- b. Menciptakan keselamatan kerja, melalui pengembangan produk dan sumberdaya manusia.
- c. Mengatasi keluhan masyarakat berdasarkan hukum baik menyangkut pajak, ketenaga-kerjaan, lingkungan dan yang lainnya.
- d. Integritas dan hubungan timbal balik dengan semua *stakeholders*.
- e. Melakukan usaha yang efisien, menciptakan nilai tambah ekonomi dan mengembangkan keunggulan bersaing guna memperoleh manfaat bagi pemilik atau pemegang saham dan masyarakat.
- f. Berkontribusi terhadap evolusi masyarakat sipil melalui kemitraan pengembangan proyek-proyek sosial.¹²

7. Dasar Hukum Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pedoman umum sebagai acuan pelaksanaan program CSR. Politik adalah arah dasar yang diambil dan arah program. Pedoman ini juga menjadi dasar pengambilan keputusan untuk mengembangkan strategi pelaksanaan kegiatan CSR. UUD 1945 (UUD 1945) adalah konstitusi, tetapi ketentuan penegakannya menggarisbawahi perlunya setiap orang, termasuk dunia usaha, untuk mempertimbangkan pertimbangan sosial.

Upaya tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam. Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan upaya perusahaan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai

¹¹ Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntunan dan Relevansinya*, 148-149.

¹² Totok Mardikanto, *CSR Tanggung Jawab Sosial Koperasi*, 167.

beban perusahaan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Apabila suatu perusahaan tidak memenuhi kewajibannya untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut, maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 74).

Pasal 74 Undang-Undang ini memuat pembatasan-pembatasan terhadap perusahaan yang wajib berlaku: yang melakukan usaha di bidang sumber daya alam atau yang melakukan kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam. CSR ini harus diterapkan tidak hanya pada perusahaan industri yang berdampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat, tetapi juga pada sektor keuangan dan keuangan seperti bank dan non-bank. Hal ini mempengaruhi citra merek masyarakat umum untuk memilih perusahaan yang lebih berperan aktif dalam lingkungan.

Terlepas dari peran yang diakui dalam UU No. 40 Tahun 2007, pelaksanaan CSR adalah wajib bagi semua usaha. Jadi hukum tahap kedua. Menyebutkan CSR sebagai suatu sanksi kewajiban adalah keputusan yang tepat, terutama bagi industri yang terkait dengan eksplorasi sumber daya alam.¹³

8. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Eva Zhorja dan Lesley Williams, dikutip oleh Suherman Kusniadji, CSR adalah tentang meningkatkan kinerja perusahaan yang mengesankan, mengurangi biaya operasi, meningkatkan citra, meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, mempertahankan karyawan, dan keamanan produk. Membantu akses permodalan untuk berkontribusi mengamankan . Kewajiban hukum organisasi.¹⁴

a. Manfaat CSR bagi masyarakat

Chakraborty yang dikutip oleh Totok Mardikanto menyimpulkan bahwa CSR merupakan cara bagi perusahaan untuk mengelola proses usahanya dan memberikan dampak positif secara menyeluruh kepada

¹³ Budi Utung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, 12-16.

¹⁴ Suherman Kusniadji, Mengkomunikasikan Program CSR untuk Meningkatkan Citra Perusahaan, *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara* Tahun III/01/20012, 4-5.

masyarakat. Dengan memperhatikan masyarakat, dunia usaha dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Perhatian masyarakat dapat dicapai melalui perusahaan yang menerapkan kegiatan dan kebijakan penagihan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup dan literasi masyarakat di berbagai daerah.

Dengan ramah lingkungan, pelaku usaha dapat berpartisipasi dalam perlindungan lingkungan untuk menjaga kualitas hidup masyarakat dalam jangka panjang. Komitmen kami terhadap perlindungan lingkungan berarti berpartisipasi dalam upaya pencegahan bencana dan meminimalkan dampak kerusakan lingkungan. Sosialisasi melalui komunikasi dan manajemen hubungan yang efektif dalam pelaksanaan CSR membawa banyak manfaat bagi masyarakat dengan cara sebagai berikut:¹⁵

- 1) Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja dan pelatihan.
- 2) Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur.
- 3) Kompetensi teknik dan personal individu pekerja yang terlibat.

b. Manfaat CSR bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR juga menguntungkan pemerintah melalui CSR dan membangun hubungan antara pemerintah dan dunia usaha untuk mengatasi berbagai masalah sosial seperti kemiskinan, kualitas pendidikan yang buruk dan kurangnya akses ke layanan kesehatan. Melibatkan dunia usaha melalui kegiatan CSR memudahkan upaya pemerintah untuk menciptakan kesejahteraan bagi warga. CSR yang membantu mengatasi permasalahan sosial adalah CSR berikut untuk pengembangan masyarakat. Pemberian beasiswa, penguatan ekonomi masyarakat miskin, pembangunan fasilitas kesehatan, dll.¹⁶

¹⁵ Totok Mardikanto, *CSR Tanggung Jawab Sosial Koperasi*, 132-135.

¹⁶ Totok Mardikanto, *CSR Tanggung Jawab Sosial Koperasi*, 135.

- c. Manfaat CSR bagi perusahaan
 Untung mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah:
- 1) Memperhatikan dan mendongkrak citra perusahaan.
 - 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
 - 3) Mereduksi resiko usaha perusahaan.
 - 4) Melebarkan akses sumberdaya bagi operasi sosial.
 - 5) Membuka peluang pasar lebih luas.
 - 6) Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
 - 7) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
 - 8) Peluang mendapat penghargaan.¹⁷

9. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Islam

CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

a. *Al-Adl*

Islam memiliki semua bisnis dan hubungan bisnis, termasuk politik peraturan, dan membutuhkan hubungan bisnis, kontrak dan pemenuhan keadilan yang diterapkan pada kontrak bisnis. Kesulitan keseimbangan atau keadilan adalah ketika perusahaan dapat memberikan semua hal. Dalam kegiatan bisnis, Muslim meminta agar Islam diarahkan pada hak-hak lain, hak-hak lingkungan sosial, dan hak-hak alam semesta. Oleh karena itu, keseimbangan alami dan keseimbangan sosial harus dipertahankan dengan proyek operasi, dalam Al-Qur'an Surat Hud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

وَيَنْقُومِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا
 تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ

مُفْسِدِينَ

Artinya: "Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan

¹⁷ Totok Mardikanto, *CSR Tanggung Jawab Sosial Koperasi*, 136.

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

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, penimbunan (spekulasi), najis (iklan palsu), dan itikers (menimbun barang) yang merugikan orang lain.

b. *Al-Ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi umat manusia, sehingga tindakan yang dilakukan oleh manusia dapat menambah nilai dan meningkatkan derajat manusia, baik secara individu maupun kelompok. Ketika individu atau kelompok berkontribusi dalam semangat beribadah dan beramal kepada Allah SWT, maka dimiliki untuk melaksanakan CSR dalam semangat Ihsan. Firman Allah SWT dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ
وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, Karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”.

Kasih sayang melakukan perbuatan baik tanpa kewajiban khusus. Kasih sayang adalah keindahan dan kesempurnaan dalam sistem sosial. Bisnis berdasarkan unsur kebaikan adalah proses niat baik, sikap, perilaku, dan perdagangan yang baik, yang berarti berusaha memberikan nilai lebih kepada pemangku kepentingan.

c. *Manfaat*

Konsep ihsan di atas harus memenuhi unsur keuntungan untuk kemaslahatan masyarakat (internal dan eksternal). Pada dasarnya, bank syariah juga menawarkan

manfaat yang terkait dengan layanan: layanan penyimpanan, pembiayaan, serta produk dan fasilitas lain yang dibutuhkan masyarakat. Bank syariah perlu memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis seperti bentuk-bentuk filantropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan masyarakat terpinggirkan, dan perlindungan lingkungan.

d. *Amanah*

Dalam bisnis, niat kepercayaan, dan konsep iktikad, harus dipertimbangkan dalam makro yang terkait dengan manajemen sumber daya (sifat dan manusia), dan perusahaan perjalanan. Perusahaan bahwa CSR berlaku untuk memahami dan memelihara misi masyarakat, dan ini secara otomatis dibayarkan ke bahunya seperti menciptakan produk-produk berkualitas. Perbaikan kepercayaan dapat dilakukan dengan pelaporan yang tulus dan kepercayaan kandidat, dan kepercayaan pembayaran pajak, pembayaran karyawan. Macroscale amanah dapat diwujudkan oleh peningkatan sosial dan pemeliharaan neraca lingkungan. Al-Quran Surat An-Nisa ayat 58 telah menjelaskan sebagai berikut:

وَالَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا
يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ ۗ وَمَنْ يَكُنِ
الشَّيْطٰنُ لَهُ قَرِيْنًا فَسَآءَ قَرِيْنًا ﴿٥٨﴾

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”

10. *Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Syariah*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.¹⁸

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.¹⁹

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid Syariah*) adalah *masalah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *masalah*, bukan sekedar mencari keuntungan.²⁰ Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an. Sebenarnya, dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melakukan CSR bukan hanya menyangkut

¹⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Pres, 2007), 160.

¹⁹ Rika Nurlela dan Islahudin, *Pengaruh Corporate Social Responsibility*, Simposium Nasional Akuntansi XI, (Pontianak, 23-24 Juli 2008)

²⁰ M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, “*Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Kasus pada Bank Syariah di DIY*” *Sinergi: kajian bisnis dan manajemen*, Vol 10 No.1, Januari 2008

pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang.

Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajiban, martabat, dan keadilan, dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stress karyawan meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan distribusi kekayaan didalam masyarakat. Tujuan keadilan sosioekonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari falsafah moral Islam dan didasarkan pada komitmen yang pasti terhadap persaudaraan (*brotherhood*) dan kemanusiaan.

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

- 1) Menjaga Lingkungan dan Melestarikannya (Q.S. Al-Maidah: 32)

مِنْ أَجْلِ ذَٰلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ
مَنْ قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ
فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا
فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا ۚ وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ

رُسُلْنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ

فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ ﴿٣٢﴾

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.”

- 2) Upaya untu Menghapuskan Kemiskinan (Q.S. Al-Hasyr: 7)

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.”

- 3) Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih dari pada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar (Q.S. Al-Maidah: 103)

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ نَجْمَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيَّةٍ وَلَا حَامٍ^ط وَلَكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ^ط وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya: “Allah sekali-kali tidak pernah mensyariatkan adanya bahiirah, saaiabah, washiilah dan haam. akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti.”

4) Jujur dan Amanah (Q.S. Al-Anfal: 27)

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ

وَتَخُوْنُوْا اٰمٰنٰتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

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.”

Keempat falsafah moral diatas merupakan upaya dalam rangka menyelaraskan semua aspek kehidupan seorang Muslim dengan ajaran agamanya, sehingga sistem keuangan dan perbankan Islam diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap tercapainya tujuan sosio-ekonomi Islam.²¹

Hukum Ekonomi Islam (*Syari'ah*) merupakan Norma Allah yang prinsip dan sumbernya berasal dari wahyu (Al-Qur'an dan Sunnah), namun Allah SWT sebagai *Syar'i* tetap memberikan ruang bagi manusia melalui nalar akar pikirannya untuk terlibat langsung baik dalam memberi pemahaman terhadap wahyu tersebut ataupun dalam mengaplikasikan hukum itu sendiri sebagai pedoman hidupnya. Sekalipun demikian, dalam perjalanan sejarah pembangunan hukum Islam masih ditemukan sebagian ahli *fiqh* sering terkesan sangat berhati-hati dan teliti, bahkan cenderung takut dalam menangani perubahan hukum akibat adanya perubahan waktu, tempat dan keadaan. Sementara disisi lain ada sebagian mereka (ulama) yang terkesan berani melakukan perannya baik dalam posisinya. subyek hukum ataupun objek hukum.²²

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

²² Abul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal 7-8

Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu konsep kedermawanan yang sangat dianjurkan, yaitu sesuai firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 261:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ
 حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ
 وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”

Ini merupakan anjuran yang agung dari Allah pada hamba-Nya untuk menafkahkan harta mereka di jalan-Nya. Termasuk dalam hal ini adalah menafkahkan hartanya dengan cara berinfak kepada orang-orang yang membutuhkan, fakir miskin, dan kemungkinan saja dua cara itu dapat disatukan hingga menjasi nafkah untuk menolong orang-orang yang membutuhkan dan sekaligus bakti sosia dan ketaatan.

Perusahaan yang ingin menafkahkan hartanya di jalan Allah SWT, dapat diaplikasikan untuk berbagai program *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas antara lain kepentingan peningkatan kualitas sosial dalam berbagai bidang. Misalnya, ekonomi, pendidikan, kesehatan serta pengembangan masyarakat (*community development*) dan pelestarian lingkungan. Substansi keberadaan *Corporate Social Responsibility* dalam memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri dengan

jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat disekitarnya. Ada enam kecenderungan utama, yang semakin menegaskan arti penting *Corporate Social Responsibility* yaitu meningkatnya kesenjangan antara kaya dan miskin, posisi Negara yang semakin berjarak kepada rakyatnya, semakin mengemukanya arti kesinambungan, semakin gencarnya sorotan kritis dan resistensi dari *public* yang terkadang bersifat anti perusahaan, *trend* kearah transparansi, harapan bagi terwujudnya kehidupan yang lebih baik dan manusiawi.²³

Islam membangun kohesivitas sosial, kasih sayang dan persaudaraan. Hal ini tersebut diwujudkan dalam kewajiban zakat, infaq dan sedekah ataupun hibah yang merupakan bentuk *riil* dari kepedulian antar sesama yang dibangun guna membangun keharmonisan sosial.

Dalam hal zakat ini merupakan salah satu ciri dari agama Islam, dimana agama Islam memiliki sifat kemanusiaan, sehingga zakat diwajibkan kepada setiap orang atau perusahaan yang hartanya nisab. Perintah melaksanakan zakat tersebut sangat banyak dikarenakan pentingnya fungsi zakat, antara lain dalam Surat At-Taubah Ayat 103, yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. dan Allah Maha mendengar lagi Maha mengetahui.”

²³ Yusuf Wibisono, *membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Gresik: fascho Publishing 2007, hal 67

Disamping itu, dalam Islam terdapat pula konsep memberi dengan sukarela yakni hibah. Hibah dalam Ensklopedia Hukum Islam berarti pemberian yang dilakukan secara sukarela dalam mendekatkan diri kepada Allah SWT, tanpa mengharapkan balasan apapun. Menurut mazhab Syafi’I dalam Kitab *al-fiqh ala alMadzhaib al-Arba’ah*, karya Abdurahman Al Jaziri, hibah mengandung dua pengertian yaitu pengertian khususnya adalah pemberian hanya sifatnya Sunnah yang dilakukan dengan *ijab qabul* pada waktu si pemberi masih hidup. Pemberi yang tidak dimaksudkan untuk menghormati atau memuliakan seseorang dan tidak dimaksudkan untuk mendapatkan pahala dari Allah atau karena menutup kebutuhan orang yang diberikan. Sedangkan pengertian umumnya, yaitu arti umum mencakup hadiah dan sedekah.²⁴ Ayat tentang hadiah terdapat dalam Surat Al Baqarah Ayat 272:

﴿ لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يُشَاءُ ۗ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلَأَنْفُسِكُمْ ۗ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُؤَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴾

Artinya: “Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-Nya. dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan (di jalan Allah), Maka pahalanya itu untuk kamu sendiri. dan janganlah kamu membelanjakan sesuatu melainkan karena mencari keridhaan Allah. dan apa saja harta yang baik yang kamu nafkahkan,

²⁴ Dahlan, Abdul Aziz, *Ensklopedia Hukum Islam*. PtIkhtiar Baru Van Hoeve, Jakarta, 2006. H 540.

niscaya kamu akan diberi pahalanya dengan cukup sedang kamu sedikitpun tidak akan dianiaya (dirugikan).”

11. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR berkaitan dengan cara suatu usaha bertindak terhadap kelompok dan pribadi lainnya dalam lingkungan sosialnya. Kelompok dan individu tersebut disebut sebagai pihak pemercaya dalam organisasi (*organizational stakeholder*). Pihak pemercaya dalam organisasi yaitu kelompok, orang, dan organisasi yang langsung dipengaruhi oleh praktikpraktik suatu organisasi dan, dengan demikian, berkepentingan terhadap kinerja organisasi itu.²⁵ Perusahaan yang berfokus pada lima kelompok utama pertama difokuskan pada pihak tepercaya:

a. Pelanggan

Perusahaan yang berpusat pada pelanggan berusaha untuk melayani Anda dengan adil dan jujur. Menerapkan harga yang wajar, menghormati jaminan, memenuhi janji pengiriman, menjaga kualitas produk yang dijual.

b. Karyawan

Hubungan bisnis yang bertanggung jawab terkait dengan insentif majikan bagi pekerja menganggap pekerja sebagai sebuah tim dan menghormati martabat dan kebutuhan dasar manusia.

c. Investor

Untuk mempertahankan pola pikir yang bertanggung jawab secara sosial bagi investor, manajer perlu mengikuti prosedur akuntansi yang sesuai, memberikan wali amanat dengan informasi kinerja keuangan yang relevan, dan menginstruksikan organisasi untuk melindungi hak dan investasi pemegang saham.

d. Pemasok

Hubungan dengan pemasok harus dijaga dengan hati-hati dan bertindak secara bertanggung jawab. Perusahaan tertarik untuk mengadakan perjanjian kemitraan yang saling menguntungkan dengan pemasoknya.

²⁵ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 181.

e. Komunitas lokal

Semua bisnis harus berusaha untuk memenuhi tanggung jawab sosial mereka kepada komunitas mereka. Perusahaan dan manajer yang tertarik perlu memperhatikan amal. Ini memiliki hak-hak masyarakat yang perlu diberikan dengan tepat. B. Menyumbangkan persentase tertentu dari penjualan kepada komunitas di mana bisnis beroperasi.²⁶

Pengertian tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan biasanya mendahului empat hal yang perlu diperhatikan:

a. Tanggung jawab terhadap lingkungan

Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan merupakan kepedulian perusahaan untuk menjalankan perusahaan dengan cara yang tidak merugikan masyarakat atau lingkungan sekitar, tetapi harus dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Bentuk tanggung jawab lingkungan dan sosial yang harus diperhatikan adalah kepedulian terhadap pencemaran udara, pencemaran air, pencemaran tanah, pembuangan limbah beracun, daur ulang dan lainnya.

b. Tanggung jawab terhadap konsumen

Tanggung jawab sosial kepada konsumen umumnya terbagi dalam dua kategori: menyediakan produk berkualitas tinggi dan harga yang adil. Perusahaan juga perlu mewaspadaai hak-hak konsumen, penetapan harga yang tidak adil dan etika dalam beriklan. Perusahaan yang tidak bertanggung jawab atas pelanggannya kehilangan kepercayaan dalam usahanya. Derajat minat perusahaan terhadap tanggung jawab sosial konsumen saat ini terlihat pada maraknya konsumerisme, suatu bentuk kegiatan sosial yang bertujuan untuk melindungi hak konsumen dalam perjanjian (jual beli) dengan perusahaan dapat dilakukan. Sebagai deklarasi formal pertama tentang perlindungan hak-hak konsumen di awal tahun 1960-an, hal-hal berikut harus dipertimbangkan:

1) Konsumen memiliki hak atas produk yang aman.

²⁶ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 182.

- 2) Konsumen mempunyai hak untuk didengar.
- 3) Konsumen mempunyai hak mengetahui seluruh aspek yang berkaitan dengan suatu produk.
- 4) Konsumen memiliki hak untuk memilih apa yang mereka beli.

c. Tanggung jawab terhadap karyawan

Bentuk tanggung jawab sosial kepada karyawan didasarkan pada kegiatan manajemen sumber daya manusia dalam memfasilitasi fungsi usaha seperti rekrutmen, pelatihan, promosi dan proses kompensasi. Terlepas dari ras, jenis kelamin, jenis kelamin, atau faktor lain yang tidak terkait, perusahaan memenuhi tanggung jawab hukum dan sosialnya ketika diberikan kesempatan yang sama kepada karyawannya. Usaha perlu menyadari kewajiban mereka untuk melindungi kesehatan mereka untuk menyeimbangkan pekerjaan dengan tekanan hidup dan preferensi hidup. Organisasi yang mengabaikan tanggung jawab ini berisiko kehilangan karyawan yang termotivasi dan produktif.

d. Tanggung jawab terhadap investor

Kami bertindak secara bertanggung jawab kepada investor kami dengan mengelola sumber daya mereka dan mengungkapkan posisi keuangan mereka dengan itikad baik. Perusahaan perlu menghindari perilaku yang tidak bertanggung jawab kepada investor dengan memberikan informasi yang menyesatkan tentang aset perusahaan seperti pengelolaan keuangan yang tidak tepat, cek kosong, insider trading, dan insider fraud.²⁷

12. Pandangan perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Program CSR memiliki manfaat sosial dan ekonomi, tetapi perusahaan terlihat berbeda. Perbedaan persepsi adalah perusahaan yang merupakan perusahaan yang dianggap sebagai investasi jangka panjang, dan merupakan perusahaan yang menguntungkan untuk meningkatkan citra dan legitimasi, dapat digunakan sebagai bisnis perusahaan. Di antara tiga kesadaran termasuk implementasi CSR:

²⁷ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 118.

- a. Perusahaan melakukan CSR sekedar basa-basi keterpaksaan. Artinya perusahaan melakukan program CSR hanya karena mengetahui anjuran peraturan dan perundangan. Perusahaan melakukan program CSR juga untuk membangun image positif, sehingga program CSR bersifat jangka pendek, kreatif, *incidental* dan sebatas lama.
- b. CSR dilakukan perusahaan dalam rangka memenuhi kewajiban. Program CSR dilakukan atas dasar anjuran regulasi yang harus dipatuhi.
- c. Perusahaan melakukan program CSR bukan hanya sekedar compliance. CSR didudukan sebagai bagian dari aktivitas perusahaan. CSR bukan sekedar polesan, namun CSR bagian dari strategi dan jantung perusahaan. Perusahaan melakukan kreasi praktik CSR dan menjadi kebijakan integral terhadap strategi operasi lain. Perusahaan secara eksplisit memasukan social responsibility ke dalam visi dan misi, sehingga menjadi landasaan filosofi operasional.²⁸

13. Konsep *Triple Botton Line*

Dalam tujuan utama perusahaan mendirikan usahanya adalah untuk mencari keuntungan. Namun konsep tersebut sudah bergeser untuk menjadi konsep *Triple Botton Line* yang sudah nampak cukup direspon banyak kalangan karena mengandung strategi integral dengan memadukan antara *sosial motive* dan *economic motive*. Konsep *Triple Botton Line* tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Profit*

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan. Beberapa faktor yang merujuk pada keuntungan itu penting adalah sebagai berikut :

- 1) Laba menjadi tujuan dari kegiatan usaha
- 2) Laba adalah sebagai insentif untuk mendorong bekerja lebih efisien
- 3) Laba yang dicapai merupakan ukuran standar perbandingan dengan usaha lain
- 4) Laba akan merupakan objek pajak, sebagai penghasilan bagi pemerintah

²⁸ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, 67.

b. *People*

Perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat. Sebuah perusahaan di tengah-tengah masyarakat harus dekat dengannya karena merupakan urat nadi perusahaan.

c. *Planet*

Perusahaan dalam mengoperasikan usahanya harus memperhatikan lingkungan sekitarnya. Makin maju sebuah perusahaan maka makin banyak sumber daya alam yang di butuhkan dan semakin giat mereka mengeksploitasi sumber daya alam sehingga akan terganggunya kelestarian lingkungan seperti polusi tanah, udara, dan air, tanah-tanah digali, hutan dibabat, asap pabrik, dan air buangan. Kata planet di artikan menjaga kebersihan alam.²⁹

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan perusahaan. Karena memiliki perusahaan di lingkungan memiliki efek positif dan negatif. Selain itu, kegiatan CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan, merupakan item penting untuk mendukung kelangsungan usaha, dan merupakan investasi jangka panjang yang mendukung keunggulan. Selain itu, dengan dorongan yang tulus dari dalam perusahaan (*internal inisiatif*), perusahaan tidak hanya memenuhi kewajibannya, tetapi juga mengemban tanggung jawab sosial sebagai aktivitas perusahaan (*beyond compliance*). Pendanaan anggaran diperkirakan pada pertemuan tahunan yang disetujui oleh para pemangku kepentingan. Dengan demikian, kegiatan yang dilakukan berada pada tahap yang direncanakan dengan tujuan yang diharapkan perusahaan, yaitu meningkatkan reputasi, membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, dan menjaga nilai perusahaan. Ini telah berlalu. Dalam hal ini, mungkin sedikit orang yang memahami kegiatan usaha perusahaan ini sebelum kegiatan CSR perusahaan diketahui secara umum. Namun, perusahaan ini dikenal banyak orang setelah perusahaan tersebut terus menerus melakukan kegiatan CSR

²⁹ Buchari Alma dan Donni Juni P, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 191-192.

dan berbeda setiap tahunnya. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk berpartisipasi aktif dalam tujuan pembangunan baik perusahaan maupun masyarakat sekitar.

B. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengkaji beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul atau topik yang peneliti gunakan sebagai bahan referensi, penelitian, atau pertimbangan penelitian. Presentasi penelitian terdahulu ini menunjukkan perbedaan dan persamaan antara peneliti dengan bidang penelitian dari penelitian sebelumnya, serta hasil penelitiannya. Berdasarkan pengamatan peneliti, ada beberapa tugas yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya terkait dengan judul yang diberikan. Oleh peneliti, yaitu:

Pertama, skripsi Angga Ardiansyah Putra (2021) yang berjudul “Analisis Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Kota Dumai”. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kurangnya komunikasi dan koordinasi pemerintah dengan perusahaan dalam hal mensinergikan program-program yang akan dilaksanakan untuk pemberdayaan masyarakat, hal ini mengakibatkan terjadinya hambatan dalam proses kelancaran program-program yang direncanakan oleh perusahaan. Kurangnya respon dari masyarakat terhadap program CSR yang diberikan oleh perusahaan sehingga mengakibatkan program yang dibuat perusahaan menjadi terhambat dan tidak terlaksana dengan efektif.³⁰

Dilihat dari penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang variabel tanggung jawab sosial (CSR) perusahaan kepada masyarakat, pendekatan penelitian sama-sama menggunakan jenis pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan dari penelitian Angga Ardiansyah Putra dengan penelitian ini terletak pada lokus penelitian atau subjek penelitian yaitu di PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Kota Dumai, sedangkan

³⁰ Angga Ardiansyah Putra (2021), “Analisis Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Pertamina (Persero) Refinery Unit II Kota Dumai”.

lokus dalam penelitian ini adalah di Tribun Furnitur Tahunan Jepara.

Kedua, penelitian oleh Ridha Hidayat, Azhari Yahya, M. Adli, Yul Ernis dengan judul “Analisis Yuridis Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan terhadap Masyarakat Sekitar”. Pemeriksaan menunjukkan bahwa peraturan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dimasukkan dalam beberapa peraturan perundang-undangan, antara lain Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007. Ketidakpastian perusahaan memimpin para aktor. Konsekuensi lain dari perbedaan ini adalah implementasi tanggung jawab sosial dan ekologis yang tidak efisien oleh bisnis. Selain itu, perbedaan peraturan ini dapat membuka celah bagi bisnis untuk menafsirkan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka secara tidak tepat dan efektif.³¹

Persamaan antara penelitian Ridha Hidayat, Azhari Yahya, dkk dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti variabel tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaan pada penelitian Ridha Hidayat, Azhari Yahya, dkk terletak pada metode yang digunakan, yaitu menggunakan metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan. Pengumpulan data dilakukan melalui penelitian kepustakaan dengan menganalisis bahan-bahan hukum primer dan sekunder yang relevan dengan permasalahan penelitian. Berbeda dengan penelitian ini yang fokus terhadap bagaimana penerapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Tribun Furnitur Tahunan Jepara dengan pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi, dokumentasi dan data sekunder yang berasal dari objek penelitian.

Ketiga, penelitian oleh Yoga Maulana Yusuf, Dimas Aji Prastyo, Levina Khaerunnisa dan Santoso Tri Raharjo dengan judul “Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan unicorn di

³¹ Ridha Hidayat, Azhari Yahya, M. Adli, Yul Ernis, “Analisis Yuridis Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan terhadap Masyarakat Sekitar”.

Indonesia sudah mempunyai dan menerapkan program CSR. Hal ini dibuktikan bahwa perusahaan Bukalapak memiliki program CSR yang bernama Gerakan Sosial Bukalapak Social Club (GSBSC), selanjutnya Gojek dengan programnya yang bernama *Go Scholar Tech*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam prosesnya perusahaan-perusahaan unicorn di Indonesia telah menerapkan program CSR.³²

Dilihat dari penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan. Adapun persamaan dari penelitian yang dilakukan oleh Yoga Maulana Yusuf, Dimas Aji Prastyo, dkk dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti variabel tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsiblity (CSR)* dan sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian yang dilakukan, penelitian Yoga Maulana Yusuf, Dimas Aji Prastyo, dkk menggunakan tiga perusahaan sebagai objek penelitiannya yaitu Bukalapak, Gojek dan Tokopedia, sedangkan dalam penelitian ini hanya membahas dan memfokuskan penelitian pada satu perusahaan.

Keempat, peneliti Oleh Qurrata Akyunin dan Yusri (2019), Dengan Judul “Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) PT. Bumi Ayu Kencana (Suatu Penelitian di Kabupaten Aceh Besar). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilaksanakan oleh PT. Bumia Yukenkana tidak mematuhi ketentuan Undang-Undang Perseroan Terbatas, termasuk tunjangan, pekerjaan dan sumbangan untuk acara keagamaan. Beberapa kendala dalam pelaksanaannya tidak diatur secara jelas dan tegas oleh undang-undang. Misalnya, kurangnya pengetahuan masyarakat atau kurangnya kesadaran hukum perusahaan. Ada sosialisasi oleh pemerintah daerah, pengenalan peraturan tanggung jawab sosial

³² Yoga Maulana Yusuf, Dimas Aji Prastyo, Levina Khaerunnisa dan Santoso Tri Raharjo, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility oleh Perusahaan Unicorn di Indonesia”.

perusahaan yang lebih rinci, dan sanksi tegas bagi perusahaan yang melanggar kewajiban CSR.³³

Persamaan antara penelitian Qurrata Akyunin dan Yusri dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti variabel tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan, pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan responden dan informan. Adapun perbedaannya adalah terletak pada metode pendekatan dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Penelitian Qurrata Akyunin dan Yusri menggunakan metode penelitian yuridis empiris, pengumpulan data dengan menggunakan teknik studi kepustakaan, dan analisis data menggunakan pendekatan deskriptif. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif sebagai alat analisis data.

Kelima, penelitian oleh Nanang Al Hidayat, Deni Handani, dan Feri Antoni, dengan judul “Analisis Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bagi Masyarakat Lingkungan Perusahaan (Studi pada PT. Budi Nabati Perkasa PKS7 Muara Bungo)”. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial PT. Budi Nabati Perkasa PKS7 Muara Bungo dilakukan dengan baik. Hal ini ditunjukkan dengan menyalurkan dana sosial/CSR kepada masyarakat di lingkungan perusahaan pada kegiatan-kegiatan kemasyarakatan sesuai dengan prioritas pelaksanaan kegiatan tersebut.³⁴

Adapun persamaan penelitian oleh Nanang Al Hidayat, Deni Handani, dkk dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang dilakukan. Objek penelitian yang dilakukan oleh Nanang Al Hidayat, Deni Handani, dkk yaitu pada PT. Budi Nabati Perkasa PKS7 Muara Bungo, perusahaan yang bergerak dan menjalankan kegiatan di

³³ Qurrata Akyunin dan Yusri (2019), “Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) PT. Bumi Ayu Kencana (Suatu Penelitian di Kabupaten Aceh Besar).

³⁴ Nanang Al Hidayat, Deni Handani, dan Feri Antoni, “Analisis Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bagi Masyarakat Lingkungan Perusahaan (Studi pada PT. Budi Nabati Perkasa PKS7 Muara Bungo)”.

bidang sumber daya alam sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian pada Tribun Furnitur Tahunan Jepara perusahaan yang bergerak dan menjalankan kegiatan di bidang mebel furnitur.

C. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

