

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. Deskripsi Pustaka

#### 1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah janji yang dibuat oleh bisnis atau komunitas bisnis untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan menyeimbangkan perhatian pada faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan serta juga berfokus pada tanggung jawab sosial perusahaan.<sup>1</sup>

Secara konseptual, CSR mengacu pada strategi dimana bisnis memasukkan isu-isu sosial ke dalam operasi harian mereka dan hubungan dengan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kemitraan dan kesukarelaan (Nuryana, 2005). Ini menyiratkan bahwa bisnis harus memahami bahwa CSR bukanlah program paksaan melainkan cara untuk menunjukkan solidaritas dengan orang lain dan membebaskan orang dari banyak masalah yang menimpa mereka. Selain itu, perusahaan akan merasakan efeknya.

Definisi resmi tanggung jawab sosial adalah tugas manajerial untuk membuat keputusan dan melakukan aktivitas yang berkontribusi pada realisasi manfaat masyarakat. Tugas ini dapat berupa bisnis yang memberi kembali kepada lingkungan atau berutang uang kepada pemerintah dengan membayar pajak secara tepat waktu dan jujur.<sup>2</sup>

Elkington, sementara itu, menggambarkan CSR sebagai inisiatif perusahaan yang berusaha mencapai keseimbangan antara tiga tujuan bisnis penting: menghasilkan keuntungan, memberdayakan komunitas (orang), dan melindungi lingkungan atau dunia.

Menurut Dewan Perusahaan Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah komitmen perusahaan untuk secara konsisten bertindak secara moral, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan

---

<sup>1</sup>Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1.

<sup>2</sup>Irham Fahmi, *Etika Bisnis Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 81.

taraf hidup pekerja dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat pada umumnya.<sup>3</sup>

Menurut ISO 26000, tanggung jawab sosial didefinisikan sebagai kewajiban organisasi untuk mempertimbangkan dampak dari tindakan mereka terhadap masyarakat dan lingkungan dan bertindak dengan cara yang mendukung tujuan tersebut. Ini termasuk bersikap transparan dan etis, dengan mempertimbangkan ekspektasi pemangku kepentingan, mematuhi undang-undang yang berlaku, dan berperilaku dengan cara yang konsisten dengan norma perilaku internasional.<sup>4</sup>

CSR, menurut Yusuf Wibisono, adalah komitmen komunitas bisnis untuk terus bertindak secara moral, beroperasi secara legal, dan mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan karyawan dan keluarga, serta kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

CSR dan "pembangunan berkelanjutan" adalah konsep yang terkait erat. Menurut teori ini, keputusan bisnis seharusnya tidak hanya didasarkan pada pertimbangan keuangan, seperti keuntungan atau dividen, tetapi juga kesehatan jangka panjang lingkungan dan implikasi sosial dan politik dari keputusan tersebut.

Gagasan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan konsekuensi dari kenyataan bahwa sifat inti setiap perusahaan adalah mengejar keuntungan sebesar-besarnya tanpa mempertimbangkan kesejahteraan pekerja, masyarakat, atau lingkungannya. Gagasan tanggung jawab sosial muncul dan menjadi komponen penting bagi keberadaan perusahaan di masa depan seiring dengan meningkatnya kesadaran dan kepekaan para pemangku kepentingan perusahaan.

Sederhananya, tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa bisnis harus mempertimbangkan dan melayani kepentingan pemangku kepentingan dalam kegiatan pencarian keuntungan mereka. Pemegang saham, pekerja, konsumen, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dan lainnya adalah contoh pemangku kepentingan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Tri Hendro Sigit, *Etika Bisnis Modern Pendekatan Pemangku Kepentingan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), 80.

<sup>4</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 97.

<sup>5</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 208-209.

Empat faktor, yaitu kewajiban terhadap lingkungan, pelanggan, pekerja, dan investor, harus diperhitungkan saat mendefinisikan tanggung jawab sosial dalam bisnis. Griffin dan Ebert mencantumkan faktor-faktor berikut sebagai faktor yang perlu dipertimbangkan:

**a. Tanggung Jawab terhadap Lingkungan**

Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan meliputi pengelolaan kegiatannya untuk mencegah kerusakan pada masyarakat dan lingkungan namun tetap dapat memberi manfaat bagi masyarakat. Kepedulian terhadap masalah seperti pembuangan limbah berbahaya, daur ulang, dan masalah lingkungan lainnya seperti pencemaran udara, air, dan tanah harus diperhitungkan.

**b. Tanggung Jawab terhadap Konsumen**

Dua bidang tanggung jawab sosial untuk pelanggan sering dibedakan: menawarkan barang berkualitas tinggi dan penetapan harga yang adil. Perusahaan juga harus menyadari hak pelanggan, penetapan harga yang tidak adil, dan etika periklanan. Konsumen perusahaan akan berhenti memercayainya jika tidak peduli dengan mereka.

**c. Tanggung Jawab terhadap Karyawan**

Operasi manajemen sumber daya manusia yang digunakan untuk menjalankan tugas perusahaan termasuk mempekerjakan, melatih, mempromosikan, dan memberi kompensasi kepada pekerja adalah jenis tugas sosial bagi mereka. Faktor hukum dan sosial keduanya memiliki peran dalam perilaku tanggung jawab sosial terhadap pekerja. Jika sebuah perusahaan memperlakukan semua pekerjanya secara setara, terlepas dari jenis kelamin, ras, atau karakteristik lain yang tidak relevan, maka ia telah memenuhi kewajiban hukum dan sosialnya.

Majikan harus memahami bahwa mereka memiliki tanggung jawab untuk menjaga kesehatan anggota staf mereka dengan memberi mereka kesempatan untuk menggabungkan pekerjaan dengan tuntutan dan preferensi pribadi. Perusahaan yang mengabaikan kewajiban ini menghadapi bahaya kehilangan pekerja yang termotivasi dan produktif.

**d. Tanggung Jawab terhadap Investor**

Bisnis memperlakukan investor secara adil dengan mengelola sumber daya mereka dan bersikap terbuka tentang situasi keuangan mereka. Perusahaan harus menahan diri

untuk tidak bertindak tidak bertanggung jawab terhadap investor dengan memberikan informasi yang tidak akurat tentang sumber daya mereka, seperti cek yang salah, manajemen keuangan yang salah, perdagangan orang dalam, dan penipuan orang dalam.<sup>6</sup>

## 2. *Corporate Social Responsibility* dalam Prespektif Islam

Tanggung jawab sosial perusahaan, sering dikenal sebagai CSR, adalah gagasan bahwa bisnis memiliki kewajiban untuk menjaga pelanggan, pekerja, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan mereka dalam semua aspek operasi mereka.

Secara umum, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah kepedulian bisnis yang berpusat pada tiga garis dasar: laba, manusia, dan planet. Laba dalam konteks ini mengacu lebih dari sekadar keuntungan finansial. Laba dalam konteks ini mengacu pada pengembangan perdagangan yang etis dan adil dalam bisnis. Tujuan dari kata "orang" adalah untuk menarik perhatian pada betapa pentingnya strategi bisnis organisasi untuk melayani kepentingan karyawannya. Lebih tepatnya, gagasan ini membela hak tenaga kerja dengan melarang eksplorasi yang menggunakan anak di bawah umur sebagai pekerja, membayar gaji yang adil, menyediakan tempat kerja yang aman, dan mengizinkan jam kerja yang sesuai. Selain itu, ide ini meminta bisnis untuk memprioritaskan kesehatan dan pendidikan karyawan. Planet, di sisi lain, mengacu pada pengendalian penggunaan energi yang benar, khususnya yang berkaitan dengan sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui. Perusahaan yang menganut paham ini lebih cenderung mempraktekkan pengurangan limbah produksi dan mengolahnya kembali menjadi sampah yang aman bagi lingkungan, menurunkan emisi CO<sub>2</sub> atau penggunaan energi.

CSR terkait erat dengan pembangunan berkelanjutan, di mana dikatakan bahwa pilihan perusahaan harus mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan baik jangka pendek maupun jangka panjang selain pertimbangan keuangan saat menjalankan operasinya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Buchari Alma dan Donni Juni Priana, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 183-184.

<sup>7</sup>Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 208-209.

### a. Landasan Hukum

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَأَدْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan.” (Q.S. Al-A’raf : (7): 56)<sup>8</sup>

### b. Aspek-Aspek Tanggung Jawab Sosial dalam Pandangan Islam

Menurut Syed Nawad Haidar Naqvi, tanggung jawab sosial dapat dilihat dari aspek-aspek berikut :

#### 1) *Unity* (Keesaan Allah/Tauhid)

Keesaan Tuhan atau tauhid merupakan kesatuan vertikal dari interaksi sistem sosial. Dengan kata lain, semua usaha manusia bertujuan untuk beribadah kepada Allah dan menerima amanah dan tanggung jawab-Nya sebagai pemilik sumber daya yang sebenarnya. Hanya manusia yang memiliki otoritas untuk mengelola dan memimpin, dan mereka akan bertanggung jawab kepada Allah, pemilik sumber daya bumi, atas pengelolaan dan kepemimpinan mereka atas sumber daya tersebut.

#### 2) *Equilibrium* (Keseimbangan)

keseimbangan, atau keselarasan antara tugas dan tanggung jawab para pihak. Semua misi diselesaikan dan proses pembuatan dilakukan dengan cara yang adil dan seimbang bagi semua peserta, yang harus diperlakukan sama dan diberikan hak dan kewajiban yang sama.

#### 3) *Free Will* (Kehendak Bebas)

Kemampuan untuk bertindak dan mengambil keputusan berdasarkan potensi diri sendiri inilah yang disebut dengan memiliki kehendak bebas. Manusia bebas memilih seberapa kreatif mereka ingin menghasilkan sesuatu selama mereka fokus pada menemukan solusi untuk masalah sosial dan bekerja untuk kebaikan semua orang. Oleh karena itu, bukan kebebasan dalam arti yang

<sup>8</sup>Al-Qur’an, Al-A’raf ayat 56, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Depok: Penerbit Sabilq, 2009), 157.

seluas-luasnya, melainkan kebebasan sepanjang tidak menghalangi kebebasan orang lain.

4) *Responsibility* (Pertanggungjawaban)

Bertanggung jawab kepada Allah, pemberi amanat, serta kepada diri sendiri, masyarakat luas, dan pemangku kepentingan lainnya.

Dapat dikatakan bahwa tanggung jawab perusahaan pertama-tama dan terutama merupakan kewajiban kepada Allah, yang memiliki sebagian besar sumber daya yang didistribusikan kepada manusia di planet ini. Dengan kata lain, semua transaksi komersial yang dilakukan oleh umat Islam yang taat secara vertikal bertanggung jawab kepada Allah, pencipta dan pemberi kepercayaan kepada mereka yang memerintah bangsa-bangsa di muka bumi sebagai khalifah.

Kewajiban masyarakat manusia sosial dan lingkungan fisik untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan produksi/bisnis ini hanya kemudian dilaksanakan bersamaan dengan kewajiban vertikal kepada Allah. Ini difokuskan pada menemukan solusi damai untuk semua pihak dengan kepentingan masyarakat langsung atau tidak langsung. Pihak-pihak berikut ini dapat dicirikan sebagai mereka yang menjadi sasaran tanggung jawab horizontal:

- a. Lingkungan Sosial
- b. Lingkungan Politik
- c. Lingkungan Ekonomi
- d. Lingkungan Budaya
- e. Lingkungan Fisik
- f. Lingkungan Pemerintah
- g. Lingkungan stake holders
- h. Lingkungan Internasional.<sup>9</sup>

3. **Landasan Teoritis *Social Responsibility***

Dalam konteks ini, tanggung jawab sosial mengacu pada peran yang dimainkan korporasi dalam masyarakat. Tanggung jawab sosial adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui operasi perusahaan. Berikut ini adalah landasan teoritis dari tanggung jawab sosial:

a. **Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Untuk maju sebagai korporasi, legitimasi masyarakat merupakan aspek strategis. Hal ini dapat menjadi alat untuk

---

<sup>9</sup>Muslich, *Etika Bisnis Islami Landasan Filosofis, Normatif Dan Substansi Implementatif*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2004),90-91.

mengembangkan strategi perusahaan, khususnya terkait dengan inisiatif untuk menempatkan diri di tengah masyarakat yang semakin berkembang secara teknologi.

Legitimasi adalah keselarasan psikologis dengan individu dan organisasi yang sangat perseptif terhadap gejala fisik dan non fisik dari lingkungan terdekat mereka. Legitimasi organisasi, menurut O'Donovan (2002), dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada bisnis serta sesuatu yang diinginkan atau dicari bisnis dari masyarakat. Legitimasi dengan demikian merupakan aset atau sumber daya yang mungkin bagi bisnis untuk terus beroperasi (*going concern*).

Filosofi manajemen yang tegas disebut legitimasi difokuskan pada keberpihakan pada masyarakat (*society*), pemerintah individu, dan organisasi lingkungan. Sebagai sistem yang mendorong keberpihakan masyarakat, maka kegiatan perusahaan harus sejalan dengan harapan masyarakat.<sup>10</sup>

Pattern (1992) menyatakan bahwa upaya yang perlu dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mengelola legitimasi agar efektif, yaitu dengan cara:

- 1) Melakukan identifikasi dan komunikasi dialog dengan publik.
- 2) Melakukan komunikasi dialog tentang masalah nilai sosial kemasyarakatan dan lingkungan, serta membangun persepsinya tentang perusahaan.
- 3) Melakukan strategi legitimasi dan pengungkapan, terutama terkait dengan masalah tanggungjawab sosial (*social responsibility*).<sup>11</sup>

#### **b. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

Seperti yang telah terjadi selama ini, kewajiban perusahaan melampaui pemegang saham untuk mengikutsertakan pemangku kepentingan dalam masyarakat, yang disebut sebagai tanggung jawab sosial. Fenomena tersebut terjadi sebagai akibat dari tuntutan masyarakat yang ditimbulkan oleh munculnya eksternalitas negatif dan kesenjangan sosial (Harahap, 2002). Oleh karena itu, tanggung jawab perusahaan yang sebelumnya terutama

---

<sup>10</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 87-88.

<sup>11</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 92.

dinilai dalam laporan keuangan dengan menggunakan indikator ekonomi (berorientasi ekonomi), kini harus berubah dengan mempertimbangkan masalah sosial yang terkait dengan pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal.

Semua pihak, internal dan eksternal, yang memiliki hubungan dengan perusahaan dan terkena dampaknya secara langsung atau tidak langsung pihak-pihak tersebut dianggap sebagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, pemangku kepentingan adalah pihak internal dan eksternal, termasuk pemerintah, bisnis saingan, komunitas lokal, lingkungan global, lembaga di luar perusahaan (LSM, misalnya), organisasi pemantau lingkungan, karyawan perusahaan, minoritas, dan sebagainya, yang keberadaannya memiliki dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan.

Perusahaan harus memperhatikan pemangku kepentingan karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh tindakan dan kebijakan yang ditetapkan dan diterapkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Besar kemungkinan korporasi akan menghadapi protes dan kehilangan kredibilitas pemangku kepentingannya jika mengabaikan pemangku kepentingannya. Perusahaan harus menjunjung tinggi reputasinya dengan mengubah pola orientasi (tujuan) yang sebelumnya hanya dinilai dengan metrik ekonomi dan cenderung berorientasi pada shareholder, dengan memasukkan faktor sosial sebagai tanda kepedulian dan keselarasan dengan masalah sosial (stakeholder orientation).<sup>12</sup>

### c. Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Untuk menjaga keharmonisan, keseimbangan, dan kepedulian terhadap lingkungan, ikatan sosial dalam masyarakat melahirkan kontrak sosial. Perusahaan, yang merupakan kumpulan individu yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama, merupakan aspek integral dari masyarakat secara keseluruhan. Kelangsungan hidupnya sangat dipengaruhi oleh masyarakat, dimana keduanya memiliki pengaruh yang saling memperkuat. Karena kebutuhan akan kesepakatan yang menjaga kepentingan satu sama lain,

---

<sup>12</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 93-94.

kontrak sosial baik eksplisit maupun implisit harus ada untuk mencapai kesetaraan.

Kontrak sosial dibuat sebagai sarana untuk mengatur institusi dan tatanan sosial di mana orang hidup. Kontrak sosial dibuat dan ditetapkan, salah satunya menjelaskan bagaimana masyarakat dan bisnis berinteraksi. Dalam hal ini, bisnis (atau jenis organisasi lainnya) berutang kepada lingkungan untuk membantu masyarakat. Agar operasi bisnis dapat dipandang sah, maka korporasi (organisasi) akan senantiasa berusaha memenuhi dan mematuhi aturan dan norma yang berlaku dalam masyarakat (norma komunitas) ketika mereka terlibat dengan masyarakat (Deegan, 2000).<sup>13</sup>

Menurut sudut pandang manajemen modern, teori kontrak sosial menggambarkan bagaimana organisasi, seperti masyarakat, dibentuk berdasarkan kesepakatan yang saling menguntungkan bagi semua anggotanya (Rawl, 1999). Agar dianggap sah, bisnis harus melakukan segala upaya untuk menjamin bahwa praktiknya sesuai dengan norma masyarakat. Hal ini sesuai dengan premis teori legitimasi bahwa korporasi memiliki legitimasi ketika kehadirannya tidak bertentangan atau konsisten dengan sistem nilai yang ada di masyarakat dan lingkungan (Deegan, Robin, dan Tobin, 2002).

Dalam Chariri Anis (2006), Shocker dan Sethi membahas gagasan kontrak sosial, yang menyatakan bahwa kontrak sosial dibangun di atas prinsip-prinsip tertentu untuk memastikan keberadaan dan kebutuhan masyarakat:

- 1) Produk akhir (output) yang dapat dibagi dengan komunitas yang lebih besar pada tingkat sosial.
- 2) Pembagian imbalan pada tingkat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok-kelompok menurut tingkat pengaruhnya.<sup>14</sup>

#### 4. Tujuan dan Prinsip CSR

Sektor swasta terlibat dan memiliki tugas sosial dengan publik dan pihak lain karena perannya yang semakin besar, yang antara lain difasilitasi oleh pasar bebas, privatisasi, dan globalisasi. Pengaruh pemerintah memudar dalam ekonomi kontemporer, terutama yang berkaitan dengan pelayanan publik. Dengan administrasi dan kualitas yang lebih baik, sektor swasta

---

<sup>13</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 95-96.

<sup>14</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 97-98

kini mengambil alih banyak layanan publik yang sebelumnya dikuasai pemerintah. Namun tentunya untuk mendapatkan produk yang berkualitas tinggi menuntut masyarakat umum untuk membayar lebih.

Tanggung jawab sosial perusahaan mencakup perlindungan lingkungan selain pertumbuhan sosial dan ekonomi. Kewarganegaraan korporat didasarkan pada tiga pilar dasar: keuangan, sosial, dan lingkungan. Badan usaha swasta dituntut untuk bekerja sama dengan pihak lain, dalam hal ini masyarakat dan pemerintah.

Ada 5 tujuan pelaksanaan CSR, yaitu:

- a. Meminimalisir resiko sosial
- b. Membangun harmonisasi dengan masyarakat
- c. Peran aktif dalam memperbaiki masyarakat dengan melibatkan perusahaan pada masyarakat sekitar
- d. Pengembangan bisnis perusahaan dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan mitra bisnis
- e. Meningkatkan harapan masyarakat agar perusahaan mengejar sasaran sosial dan ekonomis<sup>15</sup>

Triple bottom line, terkadang dikenal sebagai 3P profit, people, dan planet adalah filosofi panduan CSR. Agar bisnis tetap eksis dan berkembang, maka harus tetap fokus untuk menghasilkan keuntungan finansial. Orang menyiratkan bahwa bisnis perlu memperhatikan orang, termasuk pengembangan kapasitas masyarakat lokal, pendidikan, dan kesehatan. Sementara bumi mengharuskan setiap bisnis memperhatikan masalah lingkungan dengan serius.

Tiga prinsip tanggung jawab sosial keberlanjutan, akuntabilitas, dan transparansi digariskan oleh Crowther David (2008).<sup>16</sup>

Keberlanjutan mengacu pada bagaimana bisnis terus mempertimbangkan kelangsungan masa depan sumber daya saat melakukan operasi (tindakan). Selain itu, keberlanjutan menawarkan panduan tentang cara memanfaatkan sumber daya saat ini dengan tetap mempertimbangkan kapasitas generasi mendatang. Dengan demikian, komponen kunci dari keberlanjutan adalah mengadopsi sikap dan berusaha untuk

---

<sup>15</sup> Yayan Sopyan, "Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Implementasi Fikih Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Ahkam* 17, No. 1 (2014).

<sup>16</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 59.

mempengaruhi bagaimana masyarakat menggunakan sumber daya dengan mempertimbangkan kebutuhan generasi mendatang.

Akuntabilitas adalah upaya perusahaan bersama yang membuat karyawan bertanggung jawab atas tindakan yang diambil. Ketika korporasi berdampak dan dipengaruhi oleh lingkungannya, diperlukan akuntabilitas. Gagasan ini mengklarifikasi seberapa besar operasi organisasi memengaruhi pemangku kepentingan internal dan eksternal (Crowther David, 2008). Perusahaan dapat menggunakan akuntabilitas sebagai alat untuk membangun reputasi dan terhubung dengan pemangku kepentingan. Nor Hadi (2009) menunjukkan bahwa luas dan dalamnya pengungkapan perusahaan memiliki dampak sosial dan ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan mempengaruhi transaksi saham dan mempengaruhi kredibilitas pemangku kepentingan eksternal.

Bagi pihak eksternal, transparansi adalah nilai utama. Pelaporan operasi bisnis dan transparansi berinteraksi. Fungsi transparansi adalah untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, dan terutama informasi dan tanggung jawab atas dampak lingkungan yang beragam. Transparansi merupakan isu krusial bagi pihak luar.<sup>17</sup>

Komisi Butland (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 perilaku internasional.
- f. Prinsip menghormati hak asasi manusia, dalam arti organisasi harus menghormati, hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka.

Ketika membahas ide-ide mendasar yang harus dipahami oleh para praktisi CSR, penting untuk ditunjukkan bahwa ruang bersama dapat dimaknai baik secara fisik maupun metaforis,

---

<sup>17</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 60.

artinya kita juga dapat mendeteksi iklim spiritual, sosial, politik, dan ilmiah di dalam diri kita sendiri. Berbagai isu, termasuk yang terkait dengan lingkungan, politik, kurangnya sumber daya mentah, kekurangan air, kemiskinan, kekurangan energi, pasar kerja, tingkat pengangguran yang tinggi, dll hadir di ruang komunitas (CSR Academy).<sup>18</sup>

Menurut Post (2002), ada tiga aspek tanggung jawab perusahaan: tanggung jawab ekonomi, kewajiban hukum, dan tanggung jawab sosial.

Tanggung Jawab Sosial Ekonomi, yang mencakup hal-hal seperti peningkatan laba (keuntungan), harga saham, pembayaran dividen, dan bentuk lainnya, ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Selain itu, bisnis harus meningkatkan nilai bagi kreditur dengan memberi mereka lebih banyak jaminan bahwa mereka akan mampu melunasi utangnya.

Tanggung Jawab Hukum: Sebagai anggota masyarakat, bisnis harus mematuhi semua hukum dan aturan yang relevan. Bisnis harus selalu mengikuti hukum, bahkan saat melakukan tugas operasional.

Kewajiban perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dikenal dengan tanggung jawab sosial. Ketika aktivitas perusahaan berdampak pada pihak lain, terutama ketika ada eksternalitas negatif, tanggung jawab sosial menjadi kebutuhan. Ini meningkatkan oposisi masyarakat dan dapat menyebabkan keresahan sosial.<sup>19</sup>

Perserikatan Bangsa-Bangsa menyepakati agenda pembangunan global yang signifikan untuk abad ke-21, yang dikenal dengan Millenium Development Goals (MDG'S) 1990-2015, yang terdiri dari 8 elemen, antara lain:

- a. Pemberantasan kemiskinan dan kelaparan ekstrem (*Eradicate Extreme Poverty and Hunger*).
- b. Tercapainya pendidikan dasar secara universal (*Acheve Universal Primary Education*).
- c. Dikedepankannya kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan (*Promote Gender Equality and Empower Women*).
- d. Pengurangan kematian anak balita (*Reduce Child Mortality*).
- e. Perbaiki kesehatan ibu (*Improve Maternal Health*).

---

<sup>18</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 164.

<sup>19</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 61.

- f. Memerangi HIV/AIDS, malaria, dan penyakit lainnya (*Combat HIV/AIDS, Malaria, and Other Diseases*).
- g. Kepastian keberlanjutan lingkungan (*Ensure Environmental Sustainability*).
- h. Pengembangan kemitraan global untuk pembangunan (*Develop A Global Partnership for Development*).

Sehubungan dengan agenda MDG, pemangku kepentingan CSR (pemerintah, pengusaha, dan organisasi masyarakat) memfokuskan upaya CSR mereka untuk memajukan pencapaian MDG, terutama yang berkaitan dengan inisiatif dan proyek di bidang pendidikan, kesehatan, peningkatan pendapatan, dan lingkungan.<sup>20</sup>

## 5. CSR dalam Peraturan Perundang-undangan

CSR saat ini diatur oleh hukum dan peraturan Indonesia. Ada peraturan perundang-undangan yang secara tegas mengacu pada frase tersebut, dan ada pula yang tidak secara tegas mengacu pada frasa tersebut namun bergerak ke arah itu. Beberapa peraturan dan perundang-undangan tersebut antara lain:

Pertama, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, khususnya pasal 15 menyebutkan bahwa: Setiap penanaman modal berkewajiban:

- a. Menetapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal
- e. Mematuhi peraturan perundang-undangan

Menurut Pasal 15 UU No. 25 Tahun 2007, baik investor internasional maupun domestik harus mempertimbangkan tata kelola perusahaan yang baik (GCG) dan terlibat dalam tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) saat melakukan investasi.<sup>21</sup>

Kedua, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya ketentuan pasal 74 ayat (1) yang menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan

---

<sup>20</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 152.

<sup>21</sup> Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 20.

usahanya di bidang dan/atau kegiatan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Tujuan klausul ini adalah untuk memenuhi kewajiban sosial perusahaan terhadap lingkungan dan keadaan lingkungan tempat kantor pusatnya berada. Selain itu, klausul ini berupaya menjaga hubungan bisnis yang harmonis dan sesuai dengan lingkungan, nilai, adat, dan budaya masyarakat.

Suatu usaha yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Komitmen perusahaan seperti tanggung jawab sosial dan lingkungan direncanakan, dievaluasi sebagai biaya, dan dilaksanakan dengan tetap memperhatikan kesesuaian dan keadilan. Jika bisnis gagal menjunjung tinggi tanggung jawab sosial dan lingkungannya, konsekuensi akan dikenakan sesuai dengan hukum dan peraturan yang berlaku.<sup>22</sup>

Ketiga, UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dalam undang-undang ini dijelaskan dalam pasal 6:

- a. Setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan.
- b. Setiap orang yang melakukan usaha dan kegiatan berkewajiban melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan kegiatan.

Kemudian pasal 16 ayat (1) menyebutkan bahwa “Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan/atau kegiatan”. Dan pasal 17 ayat (1) menyebutkan bahwa “Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan kegiatan pengelolaan bahan berbahaya dan beracun”.

Keempat, UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah khususnya pasal 21 yang menyebutkan bahwa “Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada usaha mikro dan kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah dan pembiayaan lainnya”.

Kelima, Keputusan Menteri BUMN No. KEP 236/MBU/2003 Tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan yang menyebutkan bahwa “BUMN perlu

---

<sup>22</sup>Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, 12-13.

berpartisipasi untuk memberdayakan dan mengembangkan kondisi ekonomi, kondisi sosial masyarakat dan lingkungan sekitarnya”.

Dari sini terlihat perkembangan pengaturan CSR di Indonesia agar memiliki daya atur, daya ikat dan daya dorong. Dengan demikian, kontribusi dunia usaha diharapkan terukur dan sistematis dalam ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat.<sup>23</sup>

## 6. Manfaat CSR

Pada dasarnya, ada banyak manfaat dari implementasi CSR. Pemerintah dan bisnis bukan satu-satunya yang mendapat manfaat dari CSR; masyarakat secara keseluruhan juga diuntungkan.

### a. Manfaat CSR bagi masyarakat

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), menurut Chakraborty (2010), adalah pengelolaan operasi perusahaan untuk memberikan pengaruh yang baik secara keseluruhan kepada masyarakat. Dengan melakukan prakarsa dan menetapkan kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, dan kompetensi masyarakat dalam berbagai bidang, dunia usaha dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan memperhatikannya.

Selain itu, Clark (2000) sampai pada kesimpulan bahwa pengelolaan hubungan dan komunikasi yang berhasil dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan memberikan beberapa keuntungan bagi masyarakat, antara lain:

- 1) Peluang penciptaan lapangan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan.
- 2) Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur.
- 3) Keahlian komersial.
- 4) Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat.

---

<sup>23</sup>Yayan Sopyan, “Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Implementasi Fikih Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat”, *Jurnal Ahkam* 17, No. 1, (2014): 7

Intinya manfaat CSR bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan.<sup>24</sup>

#### **b. Manfaat CSR bagi pemerintah**

Pemerintah mendapatkan keuntungan dari adopsi CSR juga. Melalui CSR, kemitraan antara pemerintah dan dunia usaha akan dikembangkan untuk memerangi masalah-masalah seperti kemiskinan, kesempatan pendidikan yang tidak memadai, kurangnya akses ke layanan kesehatan, dan lain-lain. Melalui keterlibatan pihak swasta (bisnis), penciptaan kesejahteraan oleh pemerintah bagi warganya menjadi lebih mudah. CSR dengan fokus pada pengembangan masyarakat, seperti pemberian beasiswa, peningkatan ekonomi masyarakat kurang mampu, pembangunan fasilitas kesehatan, dll, dapat membantu menyelesaikan masalah sosial.

Sehubungan dengan hal tersebut, bukti menunjukkan bahwa keberadaan CSR memberikan kontribusi yang signifikan kepada pemerintah berupa:

- 1) Dukungan finansial, terutama karena terbatasnya anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan pengentasan kemiskinan.
- 2) Bantuan sarana dan prasarana (seperti yang berkaitan dengan ekonomi, kesehatan, pendidikan atau pelatihan, tempat ibadah, sarana olah raga, kesenian, dll), baik yang sudah ada maupun yang dibangun sebagai hasil upaya CSR.
- 3) Bantuan keahlian, biasanya melalui partisipasi karyawan perusahaan dalam prakarsa pembangunan kapasitas masyarakat. Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR, merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan, dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan.<sup>25</sup>

#### **c. Manfaat CSR bagi perusahaan**

Untung (2008), mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah:

---

<sup>24</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014),133-134.

<sup>25</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, 135-136.

- 1) Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
- 2) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi resiko bisnis perusahaan.
- 3) Melebarkan akses sumberdaya bagi operasi sosial.
- 4) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- 5) Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.
- 6) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- 7) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- 8) Peluang mendapatkan penghargaan.

Efek jangka panjang adalah keuntungan lain yang akan dialami bisnis dengan mempraktikkan CSR. Salah satunya, masyarakat dan pemerintah di sana akan segera mendukung keberadaan perusahaan jika ternyata perusahaan menemukan lebih banyak potensi di daerah tersebut. Oleh karena itu, organisasi yang mengadopsi CSR secara tepat akan menguntungkan kelangsungan bisnis jangka panjang.<sup>26</sup>

## 7. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

### a. Perencanaan *Corporate Social Responsibility*

Merencanakan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan sesuatu yang dianggap penting sebagai titik awal untuk mengelola dan mengawasi. Salah satu indikator komitmen dan empati perusahaan terhadap banyak tantangan lingkungan dan sosial adalah perencanaannya.

Deskripsi yang tepat tentang konten, strategi, tujuan, penelitian pemangku kepentingan, dan pendanaan yang diperlukan diperlukan untuk tanggung jawab sosial perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang ekstensif dan berkelanjutan, terutama ketika memutuskan konten dan tujuan sehingga dapat mendukung pembangunan berkelanjutan sekaligus meningkatkan pemberdayaan pemangku kepentingan. Dengan demikian, efektivitas analisis lingkungan dan sosial perusahaan akan menentukan rancangan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaannya.

Perencanaan program sangat penting, menurut Wibisono Yusuf (2007), karena dapat menjadi pedoman untuk melaksanakan (carrying out) implementasi program.

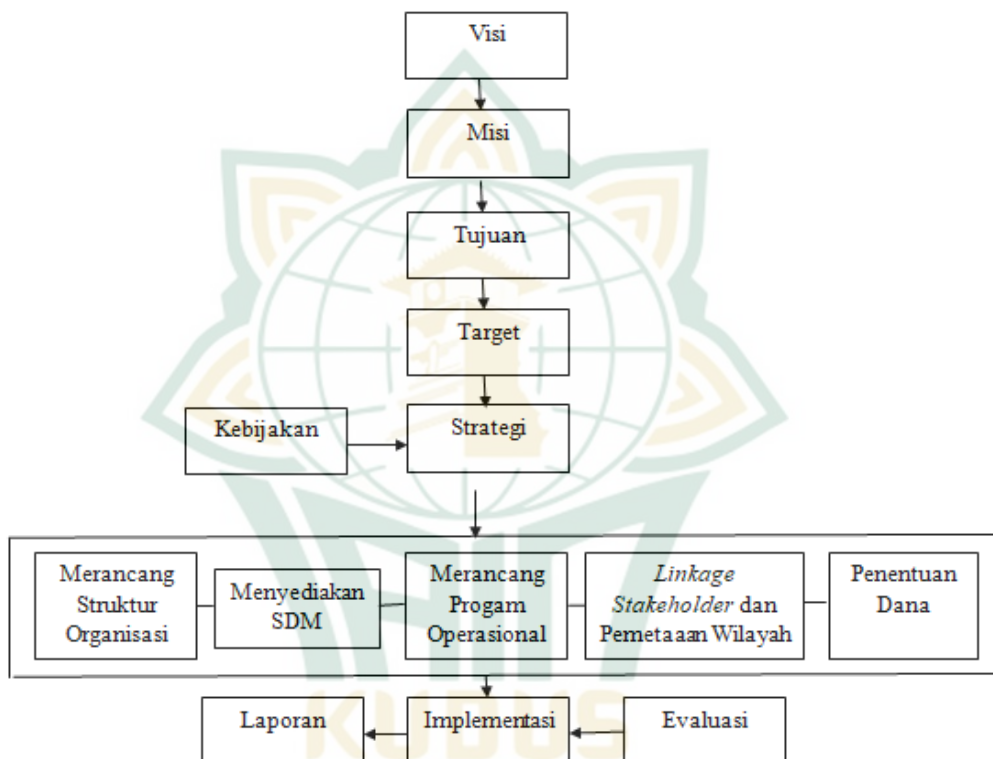
---

<sup>26</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, 136.

Perencanaan juga membantu mengidentifikasi pendekatan yang lebih praktis yang dapat digunakan.

Norhadi (2009) merumuskan diagram yang menggambarkan tahapan perencanaan, evaluasi, dan implementasi tanggungjawab sosial.

**Gambar 2.1 Tahapan Implementasi CSR**



a. Implementasi *Social Responsibility*

Tahap penerapan program tanggung jawab sosial, seperti yang dibayangkan semula, dikenal sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Lingkungan yang saling percaya dan kondusif diperlukan di tempat kerja untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial guna meningkatkan motivasi dan komitmen karyawan.<sup>27</sup>

Manajemen implementasi tanggungjawab sosial perusahaan juga dapat dilakukan dengan pola *Charity Philanthropy, Social Activity, dan Community Development*

Pelaksanaan tanggung jawab berbasis amal filantropi berarti bahwa kegiatan tanggung jawab sosial bersifat amal, jangka pendek, insidental. Di sini, masyarakat dijadikan objek yang harus menerima bantuan, sehingga perusahaan menjadi dermawan yang siap berdonasi kapan saja. Contoh pelaksanaan tanggung jawab sosial (*social responsibility*) seperti: bantuan bencana alam, bantuan sembako, bantuan hari raya, bantuan masyarakat sekitar, beasiswa, pembagian produk, dan lain-lain.

Menggunakan jasa untuk meringankan atau membantu meringankan masyarakat, pendekatan aksi sosial bertujuan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial. Melaksanakan jalan sehat, melakukan operasi sumbing, organisasi donor darah, memfasilitasi hari raya idul fitri, memberikan pelayanan gratis, pelatihan, menggunakan fasilitas distribusi, mengorganisir relawan dalam kegiatan sosial, dan tindakan serupa adalah contoh nyata pelaksanaan tanggung jawab sosial semacam ini.<sup>28</sup>

sebuah pendekatan untuk pembangunan komunitas yang mendasarkan peserta pada paradigma kepentingan bersama. Pelaksanaan tanggung jawab sosial didasarkan pada gagasan saling menguntungkan. Mitra diberi kesempatan untuk bergabung dengan pemegang saham dalam pola pengaturan kemitraan berbasis sumber daya yang menggabungkan pemangku kepentingan. Melalui pemberdayaan, pemangku kepentingan memiliki kesempatan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Pemberdayaan ini dikelola secara kolaboratif melalui kegiatan yang

---

<sup>27</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 142.

<sup>28</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 145.

menguntungkan seperti peningkatan pendapatan, kepemilikan saham pemangku kepentingan (seperti saham bonus untuk karyawan dan direktur), dana bergulir, sistem pertanian terpadu, program pertanian masyarakat, program pengusaha kecil dan menengah, program dukungan untuk infrastruktur sosial, serta bentuk-bentuk kerjasama pemangku kepentingan perusahaan lainnya.

Posisi keterlibatan langsung dan tidak langsung perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial di lapangan merupakan pola strategis lain yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan tanggung jawab sosial. Dari sudut pandang keterlibatan manajemen perusahaan, ada dua metode untuk mengadopsi tanggung jawab sosial: self-managing dan outsourcing.

*Self managing strategy* mengacu pada penerapan tanggung jawab sosial, yang dijalankan sendiri oleh bisnis di lapangan. Bisnis membuat rencana, membuat tujuan dan target, kemudian memantau, menilai, dan melaksanakannya. Struktur organisasi dapat dikelola sendiri dengan menciptakan departemen yang tujuannya adalah untuk melaksanakan kewajiban sosial perusahaan. Perusahaan juga dapat melakukan *Self managing strategy* dengan membentuk yayasan, salah satunya dengan mewujudkan program tanggung jawab sosial perusahaan. PT Astra dengan yayasan Dharma Bhakti Astra, PT Coca-Cola dengan yayasan Coca-Cola Company, dan lainnya merupakan self-manager yang menggunakan yayasan dalam aplikasinya.

Karena korporasi tidak secara langsung terlibat dalam pelaksanaan di lapangan, maka strategi pelaksanaan dengan pola outsourcing menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial diserahkan kepada pihak ketiga. Merupakan praktik umum untuk berkolaborasi dengan pihak ketiga (perencana acara, LSM, lembaga pendidikan, dan sejenisnya), berpartisipasi, dan mendukung model outsourcing jangka pendek dan jangka panjang.<sup>29</sup>

Suparno mengklaim setidaknya ada empat (empat) model atau pola tanggung jawab sosial perusahaan yang sering digunakan di Indonesia, antara lain:

---

<sup>29</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 146-147.

1) Keterlibatan langsung

Bisnis secara langsung mengelola program CSR dengan merencanakan acara sosialnya sendiri atau memberikan kepada masyarakat tanpa membutuhkan perantara. Bisnis sering kali mendelegasikan salah satu pejabat puncaknya, seperti sekretaris perusahaan, manajer hubungan masyarakat, atau seseorang yang menjalankan tugas sebagai petugas hubungan masyarakat, untuk melaksanakan pekerjaan ini.

2) Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Di bawah korporasi atau kelompok, organisasi menciptakan fondasinya sendiri. Model ini merupakan adaptasi dari model yang digunakan oleh bisnis di negara industri. Biasanya, bisnis memberikan yayasan dengan uang awal, dana berkelanjutan, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur untuk operasinya. Yayasan Perusahaan Coca-Cola, Yayasan Rio Tinti (perusahaan pertambangan), Yayasan Dharma Bakti Astra, dan Yayasan Friends of Aqua hanyalah beberapa yayasan yang dibentuk oleh bisnis ini.

3) Bermitra dengan pihak lain

Untuk mengelola keuangan dan melaksanakan kegiatan sosialnya, korporasi bekerja sama dengan kelompok pemerintah atau non-pemerintah, universitas, atau media. Ini adalah bagaimana praktek tanggung jawab sosial perusahaan. Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), Dompot Dhuafa, organisasi pemerintah (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Kemendiknas, Kemenkes, Kemensos), perguruan tinggi, dan media merupakan salah satu lembaga sosial yang bekerja sama dengan dunia usaha untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

4) Mendukung atau bergabung dengan konsorsium

Selain itu, bisnis membuat, bergabung, atau mendukung lembaga sosial yang dibuat untuk tujuan sosial tertentu. Pola ini lebih menitikberatkan pada pemberian dana usaha yang bersifat “hibah pembangunan” dibandingkan dengan model lainnya. Pihak konsorsium atau organisasi semacam ini yang disegani oleh para pelaku bisnis yang mendanainya gencar mencari mitra kerja sama dari lembaga

operasional, kemudian membuat program-program yang saling menguntungkan.<sup>30</sup>

## 8. Pemberdayaan Masyarakat

Salah satu penerapan ide CSR adalah pemberdayaan. Bakat dan kompetensi individu, sistem yang saling berhubungan, dan partisipasi proaktif dalam kegiatan sosial, kebijakan sosial, perubahan sosial, dan pengembangan masyarakat semuanya terkait dengan pemberdayaan.

Pemberdayaan masyarakat, kemudian, adalah kumpulan inisiatif yang ditujukan untuk meningkatkan sumber daya dan keterampilan masyarakat kurang mampu sehingga mereka mau dan mampu mengakses berbagai sumber daya, keuangan, teknologi, dan pasar dengan bantuan teknik pendampingan, peningkatan kapasitas layanan, dan belajar kemandirian. Kapasitas ini juga didorong oleh tekanan internal dan eksternal seseorang untuk beradaptasi guna meningkatkan kondisi kehidupan atau kesejahteraan umum mereka.<sup>31</sup>

Menurut Prasodjo (2004), pengertian pemberdayaan masyarakat mengandung beberapa unsur antara lain:

- a. Pemberdayaan pada dasarnya adalah memberi kekuatan kepada pihak yang kurang atau tidak berdaya (*powerless*) agar dapat memiliki kekuatan yang menjadi modal dasar aktualisasi diri.
- b. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya menyangkut aspek ekonomi.
- c. Pemberdayaan masyarakat agar dilihat sebagai program ataupun proses.
- d. Pemberdayaan yang sepenuhnya melibatkan partisipasi masyarakat.
- e. Konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pembangunan yang bertumpu pada masyarakat dan pembangunan yang bertumpu pada manusia.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup>Suparno, *Corporate Social Responsibility, Teori dan Praktik*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2010), 205-206.

<sup>31</sup>Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 63.

<sup>32</sup>Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, Abdul Wachid, "Pengaruh Program Corporate Social Responsibility terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT. Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan)", *Jurnal Administrasi Publik 1*, No.5, (2013)

Untuk mewujudkan peningkatan kesejahteraan (ekonomi, sosial, fisik, dan mental) yang berkelanjutan, maka usaha masyarakat (lokal) harus diberi kesempatan untuk berkembang secara mandiri, dengan atau tanpa bantuan dari luar. Inilah tujuan dasar dari pemberdayaan masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga menjadi perhatian ketika menyangkut masalah kemiskinan. Menurut kesulitan umum, kemiskinan adalah keadaan di mana ada kekurangan barang-barang yang mungkin dimiliki, seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan air minum. Barang-barang ini memiliki hubungan yang erat dengan kualitas hidup.<sup>33</sup>

Landasan Hukum Pemberdayaan Masyarakat dalam Prespek tifiIslam

ذَٰلِكَ بِأَنَّ اللَّهَ لَمْ يَكُ مُغَيِّرًا نِّعْمَةً أَنْعَمَهَا عَلَىٰ قَوْمٍ  
حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَأَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴿٥٣﴾

Artinya: “Siksaan yang demikian itu adalah karena sesungguhnya Allah sekali-kali tidak akan mengubah sesuatu nikmat yang telah dianugerahkan-Nya kepada suatu kaum, hingga kaum itu mau merubah apa-apa yang ada pada diri mereka sendiri, dan sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”(QS. Al-Anfal (8): 53)<sup>34</sup>

#### a. Pemberdayaan sebagai Proses Perubahan

Sebagai proses transformasi, pemberdayaan memerlukan inovasi berupa konsep, ide, produk, proses, alat, atau teknologi. Perbaikan ini seringkali perlu berasal dari sumber luar dalam kenyataan. Namun, tradisi, nilai-nilai tradisional, dan pengetahuan lokal atau tradisional juga dapat dipelajari, dikenali, atau dibudidayakan untuk menciptakan teknologi asli.

Selain itu, agar pemberdayaan menjadi proses perubahan yang berhasil, diperlukan fasilitator terampil yang memiliki komitmen kuat untuk meningkatkan taraf hidup para peserta. Fasilitator ini mungkin individu lokal, tokoh masyarakat, atau pejabat pemerintah (PNS).

<sup>33</sup>Budi Untung, *CSR dalam Dunia Bisnis*, 64.

<sup>34</sup> Al-Qur'an surat Al-Anfal ayat 53, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Depok: Penerbit Sabaq, 2009), 184.

Oleh karena itu, pemberdayaan juga membutuhkan keterlibatan seorang fasilitator, yang akan bekerja sebagai agen perubahan dan bertugas untuk menginspirasi, memfasilitasi, dan mempromosikan perubahan yang diperlukan.<sup>35</sup>

b. Pemberdayaan sebagai Proses Pembelajaran

Terciptanya komunitas mandiri yang secara konsisten melakukan perbaikan merupakan inti dari inisiatif pemberdayaan yang dimaksudkan untuk menghasilkan perubahan. Dengan kata lain, setiap upaya pemberdayaan harus mencakup kegiatan pembelajaran atau pelatihan. Pemberdayaan harus disusun sedemikian rupa. Dalam pengertian ini, tingkat "kebersamaan dialogis" merupakan indikator yang lebih baik dari efektivitas pemberdayaan daripada jumlah pelajaran yang diberikan. Untuk mengubah perilaku kelompok sasaran ke arah kegiatan dan gaya hidup yang lebih sejahtera bagi setiap orang, keluarga, dan masyarakat, perlu ditumbuhkan kesadaran (sikap), pengetahuan, dan keterampilan "baru". Akibatnya, pendidikan pemberdayaan dibagi.

Menurut Mead (1959), pemberdayaan bukanlah proses "menggurui" melainkan mendorong semangat belajar mandiri dan kolaboratif. Akibatnya, efektivitas pemberdayaan ditentukan oleh seberapa banyak wacana, debat, dan berbagi pengalaman daripada seberapa banyak informasi, keterampilan, atau perubahan perilaku yang ditransfer. Karena saling bergantung dan menghargai, fasilitator dan peserta yang diuntungkan berada pada posisi yang setara. Di sini, fasilitator tidak boleh lebih pintar atau pejabat yang lebih tinggi, tetapi harus berasal dari individu biasa yang memiliki kualitas atau pengalaman yang layak untuk dibagikan.

Untuk memaksimalkan potensi dan sumber daya masyarakat serta mengupayakan sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat yang berdaya, maka pemberdayaan sebagai proses pembelajaran harus dilandasi dan dikaitkan dengan kebutuhan masyarakat.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 70-71.

<sup>36</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 74-75.

c. Pemberdayaan sebagai Proses Penguatan Kapasitas

Fungsi utama pemberdayaan adalah meningkatkan kapasitas dan posisi tawar masyarakat agar lebih mandiri. Akibatnya, pemberdayaan dapat dilihat sebagai proses membangun kemampuan.

Dalam konteks ini, peningkatan kapasitas mengacu pada peningkatan kapasitas yang dimiliki oleh setiap orang (dalam masyarakat), lembaga, jaringan antar manusia dan kelompok atau organisasi sosial, serta pihak-pihak lain di luar sistem lokal hingga ke ranah global.

Peningkatan kapasitas masyarakat, organisasi, dan lembaga lain untuk memahami dan melaksanakan pembangunan secara luas dan berkelanjutan merupakan proses penguatan kapasitas.<sup>37</sup>

Semua potensi masyarakat harus diperhatikan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Pemerintah daerah perlu berperan lebih kuat dalam hal ini karena mereka yang paling mengetahui situasi, potensi, dan kebutuhan masyarakatnya.

Menurut Lao Tsu, untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, proses pemberdayaan masyarakat harus diakui oleh masyarakat sebagai keberhasilan usaha mereka sendiri, bukan dinilai oleh pengelola program atau fasilitator.<sup>38</sup>

## 9. Metode *Sustainability Compass*

Interaksi beberapa kewajiban sosial perusahaan, seperti sejauh mana reaksi perusahaan terhadap berbagai kepedulian sosial, serta pengembangan kebijakan perusahaan untuk menangani tantangan sosial yang sedang berlangsung, menghasilkan kinerja sosial (*corporate social performance*). Menurut Nor Hadi, “output tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan melalui berbagai kegiatan turunan, baik akibat dampak langsung maupun tidak langsung dari operasi perusahaan” itulah yang dimaksud dengan kinerja sosial perusahaan. Hasilnya berupa legitimasi pemangku kepentingan terkait dengan bisnis, seperti yang ditunjukkan oleh berbagai keluhan pemangku kepentingan tentang penanganan bisnis terhadap masalah lingkungan, energi, masyarakat, produk, dan pelanggan.

Instrumen analisis yang menjadi pedoman keberlanjutan program adalah kompas keberlanjutan. AtKisson, yang

---

<sup>37</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 75.

<sup>38</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, 77.

dimotivasi oleh Kompas Utama, mendapatkan ide ini. Kompas Keberlanjutan adalah alat yang secara definisi mengajak masyarakat untuk memahami keberlanjutan suatu kegiatan dan membantu pengawasan proses program. Istilah "utara" dan "alam", "ekonomi" dan "masyarakat", dan "barat" dan "kesejahteraan" diubah oleh AtKisson.

*Nature (N) refers to the underlying health and sustainable management of key ecosystems, bio-geo-physical cycles and natural resources. These can run from the small and specific, like the quality of a nearby body of water, to the large and global, such as the organization's contributions to greenhouse gas emission (and vulnerability to the resulting climate change). Nature indicators usually get measured in terms of quality assessments, emission amounts, bio diversity counts, resource consumption and the like. For a compass indicator set, we generally combine measures of Nature's general health, irrespective of its usefulness to people, with measures that are more directly related to the ways we use Nature. There is a difference between the health of a wild bird, which human beings don't generally use, and the health of a river, which we do: but the bird depends on the river too. In fact, the bird's health may ultimately tell us something important about the parts of Nature on which we do depend as did the drop in the number of bald eagles and other birds in the era of DDT. So within Nature, indeed within all of the compass points, there is also a set of systemic interdependencies that one tries to capture and reflect in the measures one chooses.*

Dalam hal ini Alam (N) mengacu pada kesehatan yang mendasari dan pengelolaan berkelanjutan dari ekosistem utama, siklus bio-geo-fisik dan sumber daya alam. Hal ini dapat terjadi dari yang bersifat kecil dan spesifik, seperti kualitas perairan di sekitar, hingga yang bersifat besar dan global, seperti kontribusi organisasi terhadap emisi gas rumah kaca (dan kerentanan terhadap perubahan iklim). Indikator alam biasanya diukur dalam hal penilaian kualitas, jumlah emisi, hitungan keanekaragaman hayati, konsumsi sumber daya dan sejenisnya. Untuk pengukuran indikator biasanya menggunakan gabungan ukuran kesehatan umum Alam, yang terlepas dari campur tangan manusia, dengan ukuran yang lebih terkait langsung dengan cara kami menggunakan Alam.

*Economy (E) refers to all the ways human beings work with Nature, with knowledge and with each other to produce the*

*things and services that they need or want. The core concepts here are work, productivity, efficiency and effectiveness in whatever sectors are appropriate to the organization, such as agriculture, energy, manufacturing, trade, service, and information. For a large city, the Economy category will include all of these things and more. For a company, the measures will be more specific, and combine traditional financial indicators with more sustainability oriented ones (such as how much the company is investing in research and development to find more sustainable ways of doing business). In working with community organizations, a measure like 'child poverty' sometimes ends up here, rather than in Society or Wellbeing, because it can be seen as an indicators of whether the Economy is working in ways that do or do not improve the lives of the most vulnerable citizens. Here we underscore early on that the choice of which compass point category a measure falls into is not written in stone: it depends very much as does the choice of indicator itself on the values and driving purposes of the organization in question.*

Adapun Ekonomi (E) di sini mengacu pada semua cara manusia bekerja dengan Alam, dengan pengetahuan dan dengan satu sama lain untuk menghasilkan hal dan layanan yang mereka butuhkan atau inginkan. Konsep inti di sini adalah pekerjaan, produktivitas, efisiensi, dan efektivitas di sektor apa pun yang sesuai dengan organisasi, seperti pertanian, energi, manufaktur, perdagangan, jasa, dan informasi. Untuk kota besar, kategori Ekonomi akan mencakup semua hal ini dan banyak lagi. Untuk perusahaan, langkah-langkahnya akan lebih spesifik, dan menggabungkan indikator keuangan tradisional dengan yang lebih berorientasi pada keberlanjutan (seperti seberapa banyak perusahaan berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk menemukan cara berbisnis yang lebih berkelanjutan). Dalam bekerja dengan organisasi komunitas, ukuran seperti 'kemiskinan anak' terkadang berakhir di sini, karena ini dapat dilihat sebagai indikator apakah Ekonomi bekerja dengan cara yang meningkatkan atau tidak meningkatkan kehidupan masyarakat. warga yang paling rentan.

***Society (S)** is the category for the social systems, structures and institutions that are driven by people acting collectively. The emphasis here is on the collective rather than in the individual. General examples include quality and equity in leadership, overall levels of competence, population numbers, levels of security, and levels of active participation in relevant*

*social processes in the community sphere, this can translate to things like voting rates, aggregate school performance scores, trends in the school system itself, crime rates, density of social network, as well as other measures of what has come to be called 'social capital'. For a company or institution, one can rate the management and board of directors, look at worker retention rates, assess equitable treatment, and look at how the organization relates to its 'stakeholders' (everybody inside and outside the organization who is affected by the organization's performance and behaviour).*

Masyarakat (S) adalah kategori sistem, struktur dan institusi sosial yang digerakkan oleh orang-orang yang bertindak secara kolektif. Penekanannya di sini adalah pada kolektif bukan pada individu. Contoh umum mencakup kualitas dan kesetaraan dalam kepemimpinan, tingkat kompetensi secara keseluruhan, jumlah populasi, tingkat keamanan, dan tingkat partisipasi aktif dalam proses sosial yang relevan. Dalam lingkungan masyarakat, hal ini dapat diterjemahkan ke dalam hal-hal seperti tingkat pemungutan suara, nilai kinerja sekolah agregat, tren dalam sistem sekolah itu sendiri, tingkat kejahatan, kepadatan jaringan sosial, serta ukuran lain dari apa yang kemudian disebut 'modal sosial'. Untuk perusahaan institusional, seseorang dapat menilai manajemen dan dewan direksi, melihat tingkat retensi pekerja, menilai perlakuan yang adil, dan melihat bagaimana organisasi berhubungan dengan 'pemangku kepentingan'nya (semua orang di dalam dan di luar organisasi yang dipengaruhi oleh kinerja dan perilaku organisasi).

***Wellbeing (W)**, in contrast, focuses on the individual, as well as on the smaller webs of intimate relationship that are crucial to health and happiness. It is in Wellbeing Compass Point that you are mostly like to find traditional health measures like infant mortality (for a community, city or nation) or sick days away from work (for organization). Objective measures like rates of perceptions for anti depressants might be supplemented by more subjective measures, like polling data on people's perceived quality of life. Family relationship, access to education and personal development, incidence of serious disease and access to healthcare Wellbeing covers many of the issues that people are most concerned about in their daily lives but that are sometimes left out of 'triple bottom line' approaches, which*

*usually group all such 'softer' concerns under the heading social.*<sup>39</sup>

Wellbeing (W), dalam hubungannya, berfokus pada individu, serta pada jaring hubungan intim yang lebih kecil yang penting untuk kesehatan dan kebahagiaan. Di Wellbeing Compass Point Anda paling suka menemukan langkah-langkah kesehatan tradisional seperti kematian bayi (untuk komunitas, kota atau negara) atau hari sakit jauh dari pekerjaan (untuk organisasi). Tindakan obyektif seperti tingkat persepsi untuk anti depresan dapat dilengkapi dengan tindakan yang lebih subjektif, seperti mengumpulkan data tentang persepsi kualitas hidup orang. Hubungan keluarga, akses ke pendidikan dan pengembangan pribadi, kejadian penyakit serius dan akses ke perawatan kesehatan Kesejahteraan mencakup banyak masalah yang paling dikhawatirkan orang dalam kehidupan sehari-hari tetapi kadang-kadang diabaikan dari pendekatan 'triple bottom line', yang biasanya mengelompokkan semua masalah yang 'lebih lembut' di bawah judul sosial.

Konsep *sustainability compass* menjadi kebaruan dalam sebuah program, dengan menggunakan metode ini diharapkan mampu untuk memberikan analisis penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk *community development* di PT Semen Gresik Rembang, Tbk. Alat analisis *sustainability compass* menggunakan empat aspek yang terinspirasi oleh empat arah mata angin pada kompas, yaitu *nature* (alam), *economy* (ekonomi), *wellbeing* (kesejahteraan), dan *society* (sosial).<sup>40</sup>

Tingkat kepuasan penerima manfaat dapat digunakan untuk mengukur kinerja program. Menurut Tjiptono dan Candra, istilah “satisfaction” yang terdiri dari kata latin “satis” yang berarti “cukup baik” dan “faction” yang berarti “melakukan atau membuat”. upaya untuk memenuhi kebutuhan atau membuat sesuatu yang cukup.<sup>41</sup> Menurut Kotler, kepuasan masyarakat adalah “*perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang*

---

<sup>39</sup> Alan Atkisson, *The Sustainability Transformation*, (Washington DC: FSC, 2011), 145-147.

<sup>40</sup> Wahyu Eko Widodo, dkk., “mengukur Kepuasan Masyarakat pada Program CSR di Desa Kertajaya”, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan* 3, No. 1, (2019), 35 .

<sup>41</sup> Fandy Tjiptono, dkk, *Service, Quality dan Satisfication*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 5.

dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan".<sup>42</sup> Hal yang sama menunjukkan bahwa kebahagiaan atau ketidakpuasan adalah semacam reaksi terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan masyarakat.<sup>43</sup> Selain itu, ada batasan legislatif tentang kepuasan masyarakat. Peraturan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) yang menggabungkan data dan informasi tingkat kepuasan masyarakat dari hasil pengukuran kuantitatif dan kualitatif diterbitkan melalui Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KepMenPAN). Persepsi masyarakat terhadap mekanisme penyelenggaraan pelayanan publik digunakan untuk menentukan besaran evaluasi IKM. IKM juga merupakan perencanaan sistem, mekanisme, dan proses pelayanan agar lebih efektif, efisien, dan berkualitas.

#### 10. *Sustainability Compass* Berdasarkan Sudut Pandang Islam

Instrumen analisis yang menjadi pedoman keberlanjutan program adalah *sustainability compass*. AtKisson, yang dimotivasi oleh kompas utama, mendapatkan ide ini. *sustainability compass* adalah alat yang secara definisi mengajak masyarakat untuk memahami keberlanjutan suatu kegiatan dan membantu pengawasan proses program. Istilah "north" menjadi "nature", "east" menjadi "economy", menjadi "west" menjadi "wellbeing" diubah oleh AtKisson.

Secara garis besar konsep *sustainability compass* yang dikemukakan oleh AtKisson jika ditelaah dengan sudut pandang Islam memiliki kesamaan dalam aspek yang digunakan untuk menganalisis, yaitu *nature* (alam), *economy* (ekonomi), *society* (sosial), dan *wellbeing* (kesejahteraan). Keduanya memiliki empat aspek yang sama dalam penganalisisannya, yang membedakan hanya dibebberapa konsep yang terdapat dalam ke empat aspek tersebut.

Islam telah mengatur bagaimana cara kita untuk memperlakukan semua makhluk hidup baik manusia, hewan, tumbuhan maupun alam di dekatar kita, yang dimaksud sumber daya alam didalam Islam adalah sumber-sumber alam yang diatur oleh Allah SWT bagi manusia di muka bumi ini dengan cara mengeksplorasinya untuk menjadi kebutuhan pokoknya tentang barang dan jasa, yang tentunya dengan memperhatikan kelestarian alam tersebut. Mengelola alam dalam kaitannya

<sup>42</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Prenhalindo, 1997), 15.

<sup>43</sup> Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 31.

tentang bumi, maka adakalanya sebagai pemilik pribadi dimana pengembangannya menjadi tanggungjawab pemiliknya dan adakalanya lahan mati atau milik negara dimana cara pengeksploitasinya dengan cara membudidayakannya, mengkaplingnya kepada pihak tertentu, atau dijadikannya sebagai lahan yang dilindungi.<sup>44</sup>

Jika pertumbuhan ekonomi dalam Islam tidak diintegrasikan dengan aspek lain dari pembangunan yang utuh, yang menjadi tujuan syariah Islam dalam pelaksanaannya, maka tidak akan dapat mencapai tujuannya. Hal ini disebabkan fakta bahwa Syari'at Islam tidak mengenal perbedaan antara bidang kehidupan sosial, politik, atau moral dan bidang ekonomi. Setiap sektor didasarkan pada satu akidah, dan praktiknya diambil dari satu hukum (shari'ah), dan semuanya bekerja bersama untuk mewujudkan maksud Tuhan ketika Dia menciptakan manusia. Pemisahan satu komponen dari komponen lainnya akan mempersulit pencapaian tujuan tersebut.<sup>45</sup>

Islam sangat menjunjung tinggi kepentingan sosial, salah satunya adalah penekanan pada masalah sosial seperti kemiskinan, pelatihan dan pendidikan. Namun, kemiskinan juga berdampak buruk pada produktivitas masyarakat karena tumbuhnya aktivitas kriminal dan guncangan terhadap perdamaian dan keamanan, terutama jika kesadaran beragama rendah. Oleh karena itu Islam telah meminimalisir penyalahgunaan sumber daya manusia ini dengan cara memerikan perlindungan sosial terhadap orang-orang miskin dan memberi jaminan terhadap hidup mereka. Adapun untuk mengatasi masalah-masalah tersebut Islam telah memberikan trobosan-trobosan pemecahannya melalui zakat, dan memberikan bantuan-bantuan dari pihak yang berkecukupan dimana dalam hal ini adalah perusahaan kepada pihak-pihak yang kurang mampu dalam hal ini adalah masyarakat miskin. Hal tersebut dapat direalisasikan salah satunya dalam bentuk pendidikan dan pemberian bahan pokok makanan.<sup>46</sup>

Syariat mengamanatkan bahwa kesejahteraan dan taraf hidup umat harus ditingkatkan. Karena itu, Umar r.a.

---

<sup>44</sup> Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi UMAR binAl- Khathab*, (Jeddah Saudi Arabia:Dar Al-Andalus Al-Khadra', 2010), 463-464.

<sup>45</sup> Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi UMAR binAl- Khathab*, 396.

<sup>46</sup> Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi UMAR binAl- Khathab*, 463.

menganggap bahwa pemerintah, atau dalam hal ini korporasi yang bersangkutan, memiliki kewajiban secara syari'ah untuk mewujudkan kesejahteraan dan meningkatkan taraf hidup setiap orang.<sup>47</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini disertai dengan penelitian terdahulu yang peneliti cari dan dapatkan, antara lain sebagai berikut:

Kajian “*The Community Empowerment Through Corporate Social Responsibility: A Case of The Limited Liability Company of PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant*” oleh Pramono Hadi dan Siti Nurlaela diterbitkan pada tahun 2012. Hasil penelitian ini memberikan bukti atas komitmen PT Holcim Indonesia Tbk Filosofi CSR. Plant Cilacap telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap implementasi CSR. Hasil inisiatif pemberdayaan masyarakat yang telah menyentuh ekonomi, lingkungan, kesehatan, dan pendidikan. Persepsi dan keterlibatan masyarakat terhadap inisiatif pemberdayaan Holcim yang dilakukan dengan penuh dedikasi oleh PT Holcim Indonesia Tbk. Cilacap didukung oleh temuan penilaian persepsi yang secara keseluruhan menunjukkan hasil dan manfaat CSR yang cukup baik, bantuannya untuk pembangunan daerah, serta manfaatnya bagi dunia usaha..

Penilaian terhadap hasil pemberdayaan, persepsi berpengaruh secara riil sebesar 23,50%, persepsi tentang dinamika kelompok sebesar 49,90%, persepsi tentang dukungan pemerintah sebesar 23,50%, partisipasi masyarakat dalam pemberdayaan sebesar 23,50%, partisipasi mengenai keragaman penerima manfaat sebesar 52,80% , persepsi terhadap kegiatan CSR sebesar 52,80%, dan persepsi terhadap kinerja CSR merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi evaluasi matematis manfaat pemberdayaan melalui kegiatan.<sup>48</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti mencari luaran pemberdayaan masyarakat, faktor-faktor yang dihasilkan dari penilaian dan manfaat pemberdayaan, dan model CSR ke depan melalui persepsi masyarakat dan objek penelitian di PT Holcim Indonesia Tbk di Cilacap. Temuan penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Tujuan penelitian yang akan dilakukan di PT Semen

---

<sup>47</sup>Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi UMAR binAl- Khathab*, 396.

<sup>48</sup>Pramono Hadi dan Siti Nurlaela, “The Community Empowerment Through Corporate Social Responsibility : A Case of The Limited Liability Company of PT. Holcim Indonesia Tbk Cilacap Plant”, *Simposium Nasional RAPI XI FT UMS*, (2012): 30.

Gresik Rembang Tbk adalah untuk mengetahui dan menilai kinerja CSR dalam pemberdayaan masyarakat melalui pandangan pemangku kepentingan dengan menggunakan pendekatan pengukuran Kompas Keberlanjutan. Persamaan penelitian menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif serta melihat peran CSR dalam pemberdayaan masyarakat.

Kajian “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat” oleh Nurjanah, Welly Wirman, dan Tantri Puspita Yazid (2016). Temuan penelitian ini menyarankan agar PT CPI di Riau membuat dan melaksanakan program investasi sosial untuk pemberdayaan masyarakat. Dalam menjalankan operasi komersialnya di lokasi operasinya, PT Chevron telah memberikan kontribusi positif dalam pemberdayaan lingkungan sekitar perusahaan. Kesehatan, pendidikan dan pekerjaan, ekonomi, dan lingkungan adalah beberapa di antaranya. Sementara perusahaan juga memberikan bantuan dalam bentuk bantuan spontan, seremonial, dan bersyarat untuk kegiatan kemasyarakatan yang ditujukan untuk membina interaksi sosial yang harmonis dengan warga sebagai wujud hubungan kemasyarakatan, sebagai bagian dari program investasi sosial.<sup>49</sup>

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan studi kasus di PT Chevron untuk mencari program apa saja yang dilaksanakan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan metodologi penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan akan mengidentifikasi dan mengukur kinerja CSR untuk pemberdayaan masyarakat melalui stakeholder dengan menggunakan Sustainability Metode kompas dan metodologi deskriptif kuantitatif. Kedua persamaan penelitian dan CSR dalam pemberdayaan masyarakat diperiksa.

(2016) penelitian berjudul “Studi Pelaksanaan Kegiatan Corporate Social Responsibility Pertambangan Terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan Hidup” oleh Suhardiman Gumanti, Restu Juniah, dan Ridhah Taqwa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat dalam program ini meningkat sejak dicanangkan, dimana hanya 11 peserta yang mengikuti bimtek hingga tahun 2016, dan pelaksanaan CSR di bidang lingkungan khususnya pembuatan bokhasi oleh kelompok masyarakat penghasil pupuk bokhasi, berhasil. 85 orang bekerja di desa yang

---

<sup>49</sup> Nurjanah, Welly Wirman, Tantri Puspita Yazid, “Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat”, *Jurnal Ilmu Komunikasi* 7 No. 2, (2016): 24.

memproduksi pupuk bokhasi. Selain itu, pasokan pupuk dapat memenuhi kebutuhan PT Bukit Asam dari segi output pupuk yang dihasilkan. Program CSR lingkungan produksi pupuk bokhasi telah memberikan manfaat bagi lingkungan dan masyarakat.<sup>50</sup>

Pelaksanaan salah satu inisiatif CSR untuk pemberdayaan masyarakat itulah yang dilihat dan diteliti dalam penelitian ini, berbeda dengan penelitian lain yang telah dilakukan. Sedangkan kajian yang akan dilakukan mengevaluasi seluruh inisiatif CSR untuk pemberdayaan masyarakat di berbagai sektor. Persamaan studi melihat bagaimana CSR diimplementasikan untuk pemberdayaan masyarakat serta perusahaan tambang target.

Pengaruh Program Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Implementasi CSR PT Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayaan Kabupaten Pasuruan) merupakan judul penelitian Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, dan Abdul Wachid (2013). Menurut temuan penelitian, program tanggung jawab sosial perusahaan PT Amerta Indah Otsuka yang menggabungkan variabel sosial saling mempengaruhi secara signifikan, dengan tingkat korelasi antara 0,60 dan 0,799 menunjukkan tingkat hubungan yang signifikan dan 0,80 dan 1.000 menunjukkan tingkat hubungan yang sangat signifikan. Program CSR memberdayakan masyarakat sekaligus memberikan efek stimulasi. Hal ini terlihat dari nilai korelasi dan probabilitas masing-masing variabel yang keduanya berada di bawah ambang batas kepercayaan 0,05. Nilai profitabilitas adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, dan nilai probabilitas parsial adalah 0,008, yang juga lebih kecil dari 0,05, secara simultan.<sup>51</sup>

Penelitian yang akan dilakukan akan mengukur kinerja CSR untuk pemberdayaan masyarakat melalui stakeholder dengan menggunakan metode Kompas Keberlanjutan, berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang mencari pengaruh program CSR terhadap pemberdayaan masyarakat setempat.

---

<sup>50</sup> Suhardiman Gumanti, Restu Juniah, Ridhah Taqwa, "Kajian Implementasi Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan (Corporate Social Responsibility) terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Lingkungan", *Jurnal Empirika* 1, No. 2, (2016): 16.

<sup>51</sup> Yuniarti Wahyuningrum, Irwan Noor, Abdul Wachid, "Pengaruh Program Corporate Social Responsibility terhadap Peningkatan Pemberdayaan Masyarakat (Studi pada Implementasi CSR PT Amerta Indah Otsuka Desa Pacarkeling Kecamatan Kejayaan Kabupaten Pasuruan)", *Jurnal Admintrasi Publik* 1, No. 5, (2013): 14.

Persamaan penelitian menggunakan teknik kuantitatif dengan tetap memperhatikan CSR dan pemberdayaan masyarakat.

“Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Implementasi Fikih Sosial Untuk Pemberdayaan Masyarakat” adalah judul kajian tahun 2014 oleh Yayan Sopyan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah cara bagi bisnis untuk peduli terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi. CSR dilihat dari sudut pandang hukum Islam sebagai cara bagi bisnis untuk menerapkan hukum sosial. Jika ada sinergi yang menguntungkan antara bisnis, perguruan tinggi, dan pemerintah, keuntungan besar dari uang CSR akan dimaksimalkan. Sebagaimana disyaratkan dalam tri dharma perguruan tinggi, perguruan tinggi dapat menggunakan uang CSR tersebut untuk memberdayakan atau melayani masyarakat. Namun, universitas harus ingat bahwa hanya bergantung pada pendanaan yang berasal dari dalam sering dianggap terbatas.<sup>52</sup>

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian lainnya karena hanya melihat bagaimana hukum sosial diimplementasikan melalui CSR untuk pemberdayaan masyarakat dari sudut pandang Islam dan didukung oleh sumber-sumber tertulis. Sedangkan kajian yang akan dilakukan akan mengkaji efektivitas CSR dalam memberdayakan masyarakat dan memanfaatkan data langsung dari lapangan. CSR dan pemberdayaan masyarakat keduanya diperiksa oleh persamaan penelitian.

“Corporate Social Responsibility (CSR) Creating Community Empowerment (Studi pada PT Utrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Program Cimoreme Padalarang, Kabupaten Bandung)” adalah judul kajian Dewi Wahyuni tahun 2007. Temuan kajian tersebut menunjukkan bahwa PT Ultrajaya Industri bergerak di bidang CSR upaya penguatan lingkungan sekitar usaha. Wujud sebenarnya adalah membagikan air bersih gratis ke lingkungan dan memberikan beasiswa kepada anak-anak dari keluarga berpenghasilan rendah di sekitar perusahaan. Pengertian kegiatan CSR adalah kegiatan yang lebih menitikberatkan pada konsep keberlanjutan dalam kaitannya dengan kebutuhan masyarakat sekitar perusahaan dan dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat, khususnya masyarakat kurang mampu. Padahal, kiprah perusahaan dalam menyediakan air bersih bisa sangat membantu masyarakat

---

<sup>52</sup> Yayan Sopyan, “Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Implementasi Fikih Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat”, *Jurnal Ahkam* 16, No. 1,( 2014): 31.

dengan mengelola air bersih sendiri. Memberikan beasiswa kepada anak-anak dari keluarga berpenghasilan rendah yang dekat dengan bisnis adalah contoh lain dari pemberdayaan. Mengingat pemberdayaan itu sendiri adalah sebuah proses yang manfaatnya tidak akan terlihat selama beberapa waktu.<sup>53</sup>

Penelitian yang akan dilakukan akan mengukur kinerja CSR untuk pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan metode Kompas Keberlanjutan, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya melihat apa saja yang dapat dicapai oleh program CSR dari segi pemberdayaan masyarakat lokal dan juga menggunakan metode kualitatif, data deskriptif dalam angka. CSR dan pemberdayaan masyarakat keduanya diperiksa oleh persamaan penelitian.

### C. Kerangka Berpikir

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh suatu perusahaan akan berdampak bagi perusahaan itu sendiri maupun masyarakat di sekitar perusahaan. Salah satu bentuk dari program dan implementasi CSR adalah pemberdayaan masyarakat menuju peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kinerja CSR untuk pemberdayaan masyarakat tersebut akan diukur menggunakan metode *sustainability compass*. Penelitian ini mencoba memberikan analisis penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) pada pengukuran CSR untuk *community development* di PT Semen Gresik Rembang, Tbk yang kemudian dianalisis menggunakan alat analisis *sustainability compass*. Hal ini bertujuan agar program dan bentuk CSR yang diberikan kepada masyarakat terus berlanjut dan semakin lebih baik. Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan di atas, peneliti mempunyai paradigma pemikiran penelitian sebagai berikut:

---

<sup>53</sup> Dewi Wahyuni, *Corporate Social Responsibility* (CSR) Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Atas Program PT Utrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Cimareme Padalarang Kabupaten Bandung), Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial, Vol 12 No. 2, 2007

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

