

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

McGuire dalam Douglas, mengartikan tanggung jawab sosial bukan hanya tentang kewajiban secara ekonomi dan hukum, namun juga kewajiban kepada pihak-pihak lainnya, di luar tanggung jawab ekonomi dan hukum perusahaan.²¹

Beberapa definisi lain menjelaskan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan berbagai persoalan sosial dan lingkungan dengan kegiatan bisnis mereka serta berbagai jalinan hubungan dengan semua *stakeholder* yang dilandasi oleh nilai-nilai sosial dan moral. Ada lima dimensi yang termasuk dalam definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut, yaitu: dimensi kedermawanan, *stakeholder*, sosial, lingkungan, dan ekonomi. Pendapat dengan dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang senada juga dikemukakan oleh *World Business Council for Sustainable Development*, sebuah lembaga forum bisnis yang digagas oleh Badan Perserikatan Bangsa-Bangsa untuk kalangan bisnis agar dapat berkontribusi dalam pembangunan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. CSR diartikan sebagai kewajiban organisasi untuk berbuat dengan cara tertentu yang ditujukan untuk

²¹ Fadilla Purwitasari, *Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Prespektif Shariah Enterprise Theory Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat*, (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2011), 19.

melayani kepentingan sendiri maupun kepentingan *stakeholder*. Dari beberapa pengertian tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) di atas, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu kewajiban atau komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan kehidupan masyarakat dan alam di sekitar lingkungan perusahaan.

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak disampaikan oleh para pakar maupun lembaga sosial. Beberapa diantaranya adalah definisi dari McWilliams dan Siegel yang mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai serangkaian tindakan perusahaan yang muncul untuk meningkatkan produk sosialnya, memperluas jangkauannya melebihi kepentingan ekonomi eksplisit perusahaan, dengan pertimbangan tindakan semacam ini tidak disyaratkan oleh peraturan hukum. Sementara Magnan dan Ferrel mengartikannya sebagai perilaku bisnis, dimana pengambilan keputusannya mempertimbangkan tanggungjawab sosial dan memberikan perhatian secara lebih seimbang terhadap kepentingan *stakeholders* yang beragam.²²

Perusahaan publik di Indonesia telah banyak menerapkan praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini muncul disebabkan karena adanya perubahan tingkat kesadaran masyarakat akan pemahaman bahwa perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang mementingkan diri sendiri sehingga terasingkan dari lingkungan masyarakat tempat perusahaan itu beroperasi, melainkan sebuah perusahaan harus melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sekitarnya sehingga membutuhkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut sejalan dengan yang diungkapkan oleh Norman dan MacDonald mengenai “*triple bottom line*”, penelitiannya mengatakan bahwa perusahaan tidak hanya

²² Jackie Ambadar. *CSR dalam Praktik di Indonesia*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2008) 17.

memfokuskan tanggungjawabnya hanya kepada *single bottom* saja melainkan lebih kepada *triple bottom line* yaitu manusia, laba dan lingkungan perusahaan,²³ ini mengindikasikan pergeseran pandangan tradisional yang lebih mengutamakan pertanggungjawaban hanya sebatas kepada *stockholder* saja. Manusia berkaitan dengan sentuhan humanisme yang dikelola oleh perusahaan, manusia juga berkaitan dengan variabel-variabel sosial seperti misalnya level partisipasi dalam pengambilan keputusan dan tingkat kemampuan.

Laba merupakan variabel atau besaran ekonomik yang mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Laba adalah ideologi perusahaan, dalam pengertian perusahaan tidak bisa hidup tanpa laba. Akan tetapi, konsep sesuatu yang parsial sehingga harus dikaitkan dengan pilar yang lainnya yaitu orang dan lingkungan. Pilar ketiga yaitu lingkungan, mencerminkan simbiosis dengan lingkungan perusahaan misalnya kualitas udara, air, dan biodiversitas. *Triple Bottom Line Accounting* akan diimplementasikan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tujuan pelaporan sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah untuk memenuhi kebutuhan informasi para pengguna laporan keuangan mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.²⁴

Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan Undang-undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan, yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban. Keberhasilan suatu usaha,

²³ I Wayan Suartana, "Akuntansi Lingkungan dan Triple Bottom Line Accounting: Paradigma Baru Akuntansi Bernilai Tambah", Jurnal Bumi Lestari 10, no. 1, Universitas Udayana (Februari 2010), h. 109.

²⁴ Fadilla Purwitasari, *Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory Studi Kasus Pada Laporan Tahunan Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat*, (Skripsi—Universitas Diponegoro, Semarang, 2011), 22.

bukan hanya diukur dari keuntungan bisnis semata, melainkan juga dilihat dari tingkat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

Kepedulian terhadap aspek sosial dan lingkungan sangat penting bagi keberlanjutan suatu usaha, karena kedua aspek tersebut merupakan parameter untuk mengetahui dampak positif maupun negatif dari keberadaan perusahaan, sebagai entitas baru dalam komunitas lokal. Perusahaan terkadang merasa cukup dengan hanya mengandalkan ijin operasional baik dari pemerintah pusat, propinsi, dan kabupaten, namun mengabaikan ijin lokal dalam wujud kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.²⁵

Deskripsi diatas menjadi pengantar mengenai perubahan paradigma tanggungjawab sosial perusahaan, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebelumnya, perusahaan atau para pelaku bisnis hanya memandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai beban, bukan sebagai investasi strategis yang akan mendatangkan keuntungan ekonomi dalam jangka panjang bagi perusahaan. Walaupun *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting untuk diterapkan oleh para pelaku bisnis, namun wacana mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) kurang memiliki apresiasi yang tepat.

Hal ini dipicu oleh kondisi, dimana masih belum adanya keseragaman dan batasan jelas mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan bersikap oportunis, terlebih *Corporate Social Responsibility* (CSR) memerlukan biaya yang cukup besar dan belum tentu memiliki relevansi terhadap tujuan perusahaan yang bersifat *economic motive*, kurangnya respon dari *stakeholder*, sehingga kurang terciptanya *social control*, meskipun masyarakat merupakan *social agent*, yang keempat, dukungan tata perundangan yang masih lemah, standar operasionalnya masih belum jelas dan yang terakhir, belum adanya ukuran evaluasi yang jelas.

²⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*. (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011) 65.

Menurut Philip Kotler, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan, seandainya tidak dilakukan, akan berakibat merugikan diri sendiri. Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan sekadar *discretionary*, tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup.²⁶

Bedasarkan definisi tersebut diatas, penulis berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang perlu untuk dilakukan oleh para pelaku bisnis, sebagai wujud kepedulian mereka terhadap lingkungan sosial dan masyarakat sekitar mereka, selain untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, yang dapat meningkatkan keuntungan ekonomi perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) perlu dilakukan oleh perusahaan, karena perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, oleh karenanya harus memberikan dampak positif terhadap lingkungan sekitarnya. Tanpa adanya dukungan dari masyarakat, maka perusahaan tidak akan dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan baik.

2. Teori Tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR)²⁷

a. Teori Instrumen

Teori ini menjadikan perusahaan sebagai instrumen bagi menciptakan kekayaan dan ini menjadi tujuan utama dari tanggung jawab sosial. Hanya interaksi yang berkaitan dengan aspek ekonomi saja yang perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Setiap aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) dilaksanakan apabila sesuai dengan visi untuk menambah keuntungan. Teori ini memahami

²⁶ Philip Kotler & Nancy Lee. "*Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good For Your Company and Your Cause*", New Jersey: John Wiley & Sons. 2005.

²⁷ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik*. (Depok; Kencana, 2017), 35-36.

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai alat bagi menambahkan keuntungan.

b. Teori Politik

Perusahaan memiliki kuasa sosial dan dengan kuasa ini mereka mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Ini menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai hak dan kewajiban untuk ikut serta melaksanakan tanggung jawab sosial pada kegiatan-kegiatan tertentu.

c. Teori Integratif

Teori ini menyebutkan bahwa perusahaan perlu mempertimbangkan untuk menggabungkan kehendak masyarakat dalam aktivitas bisnis mereka. Alasan yang sering digunakan dalam teori ini adalah kelangsungan pertumbuhan bisnis sangat bergantung kepada kehendak masyarakat, jika perusahaan ingin tumbuh dan bertahan dalam waktu yang lama.

d. Teori Etika

Teori ini memahami bahwa hubungan perusahaan dengan masyarakat terbentuk dari nilai-nilai etika. Perusahaan perlu melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena bertanggung jawab untuk memenuhi tuntutan etika.

3. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Undang-Undang No 40 tahun 2007 Pasal 74

Peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) salah satunya adalah Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74, yang berisi:²⁸

²⁸ Republik Indonesia, “*Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*”, 19.

BAB V
TANGGUNG JAWAB
SOSIAL DAN LINGKUNGAN
Pasal 74

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Dalam undang-undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) ini diatur mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermamfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat, dan masyarakat umumnya. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjadinya hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat maka ditentukan bahwa perseroan yang kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Untuk melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan tersebut, kegiatan tanggungjawab sosial dan lingkungan harus dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang dilaksanakan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Kegiatan tersebut dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Dalam hal perusahaan tidak melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan maka perseroan yang bersangkutan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Pada BAB V pasal 74 ayat 1-4 dijelaskan mengenai defenisi dan sanksi apabila tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan ini tetapi ini belum cukup karena masih bersifat umum dan belum dijelaskan tata cara pelaksanaannya. Tanggung jawab sosial dan lingkungan ini sebenarnya bukan hal yang baru bagi perusahaan karena sudah dilaksanakan sejak dulu tanpa harus dipaksa oleh undang-undang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah kewajiban dan tanggungjawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungannya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan hidup.

Dalam perkembangannya *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini tidak lagi menjadi sebuah kewajiban bagi perusahaan tetapi sudah berubah menjadi sebuah strategy baru yang dapat digunakan juga untuk kepentingan perusahaan. Jika dihubungkan dengan UU No. 40 tahun 2007, hal menjadi sebuah kabar baik buat perusahaan karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sebuah kewajiban yang menguntungkan. Pada pasal 74 ayat 2 dikatakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Ini artinya semua pengeluaran untuk program *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu dapat dianggarkan dan menjadi biaya resmi perusahaan. Kalau dulu mungkin sering terjadi perdebatan mengenai boleh- tidaknya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dibiayakan sekarang dengan undang-undang ini dinyatakan boleh menjadi biaya. Walaupun sudah dijelaskan begitu, tetap diperlukan peraturan pemerintah yang menjelaskan tentang ini supaya tidak terjadi perbedaan dalam interpretasi.

b. Undang-Undang No 25 tahun 2007 Pasal 15 huruf b

Selain undang-undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 yang mengatur tentang penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada sebuah entitas, ada pula Undang-undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 ayat b, yaitu:²⁹

Pasal 15

Setiap penanam modal berkewajiban:

- a) Menerapkan 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; dan
- e) Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam Undang-undang No. 25 tahun 2007 pasal 15 tentang Penanaman Modal (UUPM), yang terkait dengan CSR adalah pada huruf b) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) harus dimaknai bukan lagi hanya sekedar responsibility karena bersifat voluntary, tetapi harus dilakukan sebagai mandatory dalam makna liability karena disertai dengan sanksi. Penanam modal baik dalam maupun asing tidak dibenarkan hanya mencapai keuntungan dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait dan harus tunduk dan menaati ketentuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai kewajiban hukum jika ingin menanamkan modalnya di Indonesia.

Pasal 15 huruf b UU Penanaman Modal menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Terlihat dari ketentuan dalam UUPM dan UUPT, melihat tanggung jawab sosial pada titik pandang yang

²⁹ Republik Indonesia, “Undang-Undang RI No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal”, 12.

berbeda. UUPM lebih menekankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai upaya perusahaan untuk menciptakan harmonisasi dengan lingkungan di mana ia beroperasi. Sedangkan UUPT justru mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan. UUPM bertolak dari konsep tanggung jawab perusahaan pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*). Namun demikian keduanya mempunyai tujuan yang sama mengarah pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.

4. Prinsip-prinsip dan Tujuan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Crowther David mengurai prinsip-prinsip tanggungjawab sosial menjadi tiga yaitu, *sustainability*, *accountability* dan *transparency*. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitasnya, tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa mendatang dan kemampuan generasi mendatang. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktifitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan, ketika aktifitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berhubungan dengan pelaporan aktifitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.³⁰

Tujuan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diantaranya yaitu pertama, perusahaan mesti menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial ini berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang terkadang bersifat ekspansif atau eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyaman pada

³⁰ Mursitama, Tirta N.,M. Fadhil Hasan, & Iman Y. Fakhruhin. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi*. Cetakan I. (Jakarta: INDEF. 2011) 43.

masyarakat. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan, mendongkrak citra dan performa perusahaan. Ketiga, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Konflik itu bisa berasal dari dampak operasional perusahaan atau akibat yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.³¹

5. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam artikelnya yang berjudul *Corporate Social Responsibility and Resource Based Perspectives*, Branco and Rodrigues membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal maupun eksternal. Dari sisi internal, manfaat itu meliputi beberapa hal yaitu,

- a. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktifitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki ketrampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral dari karyawan.
- b. *Kedua*, adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik. Muaranya adalah peningkatan performa lingkungan perusahaan. Adapun bentuk-bentuk aktifitas yang dapat dilakukan, antara lain penggunaan bahan baku yang didaur ulang atau dapat dipakai kembali dan mengganti bahan baku produksi yang kurang ramah lingkungan.
- c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan

³¹ Mervyn K Lewis & Latifa M. Algaoud. *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik, dan Prospek*. Cetakan I. (Jakarta: Serambi . 2007) 7.

organisasi yang baik. Pengenalan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan akan memunculkan komitmen karyawan yang kuat terhadap perusahaan dan kemauan untuk belajar. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan ketrampilan mereka diharapkan dapat meningkat.

- d. Meningkatkan kinerja keuangan, dengan dilakukannya *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik. Misalnya, riset yang dilakukan oleh Al-Tuwaijri bersama kawan-kawan, yang menguji hubungan antara tiga variabel, yakni pengungkapan tanggungjawab terhadap lingkungan yang merupakan salah satu unsur *Corporate Social Responsibility* (CSR), kualitas lingkungan, dan kinerja ekonomi perusahaan pada 531 perusahaan yang terdaftar di Wall Street pada 1994, menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara ketiga variabel tersebut. Selain mendapatkan manfaat internal, terdapat beberapa manfaat eksternal dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi suatu perusahaan yaitu,
- 1) Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Selain itu, juga akan meningkatkan ketertarikan investor kepada perusahaan tersebut, serta memperluas jaringan bisnis dan mengurangi risiko bisnis.
 - 2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial. Untuk itu, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktifitas sosial, dengan karakteristik perusahaan yang juga khas.

- 3) Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan membuka kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR), merupakan instrumen untuk komunikasi yang baik dengan masyarakat. Dengan adanya komunikasi yang baik, maka perusahaan dapat membangun reputasi dan image yang baik.

B. *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR)

Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) bukanlah sesuatu yang baru, tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam al Qur'an. Segala usaha dalam bentuk bisnis maupun nonbisnis harus mampu melestarikan alam sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya merupakan konsep berbagi atau saling membantu antara manusia dengan harta atau *profit* oleh suatu korporat.³²

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sudah di terapkan sejak kekhalifan Rasulullah, selama masa hidup Rasulullah selalu menyediakan bantuan keuangan kepada fakir miskin dari baitul mal. Rasulullah juga menularkan sifatnya tersebut kepada para sahabat-sahabat beliau, ada yang menciptakan lapangan pekerjaan, bahkan Rasulullah sampai membayarkan utang-utang orang miskin yang tidak mampu melunasi utangnya. Dalam prespektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) termasuk dalam etika bisnis dimana islam menganjurkan ketika melakukan bisnis haruslah diikuti dengan tanggungjawab sosial kepada orang lain, agar bisnis yang dijalankan tidak merugikan orang-orang sekitar.

Terdapat beberapa prinsip yang sebetulnya menggambarkan adanya hubungan antara manusia dan Penciptanya, yaitu Allah SWT. Prinsip-prinsip ini adalah berbagi dengan adil, *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), dan *maslahah* (kepentingan masyarakat), serupa dengan penjelasan Triyuwono dalam konsep SET.

³² M. Kholik Nawawi & Fera Astarini, "Peran Penyaluran Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah Studi Kasus Di P.T. Bank Mandiri Syariah Cabang Bogor", *Akademika*, Vol 1, no. 1, (September (2010)).

Hal tersebut berkaitan erat dengan tujuan ekonomi syariah, yaitu mengedepankan kepentingan masyarakat.

Menurut Nawawi dan Astarini dalam etika bisnis Islam sendiri memiliki dua pengertian yaitu: *pertama* etika sebagai moralitas, berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. *Kedua*, etika sebagai refleksi krisis dan rasional. Dengan etika ini membantu manusia untuk bertindak secara bebas namun dapat dipertanggungjawabkan. Rasulullah sebenarnya telah memberikan contoh yang nyata mengenai etika bisnis, ketika beliau berdagang, beliau memiliki karakteristiknya sendiri selain keuletan dan dedikasinya, yaitu: *shiddiq*, *amanah*, *fathanah* dan *tabligh*.

Dari sifat-sifat di atas jika dikaitkan dengan konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka para pelaku atau pihak perusahaan dituntut untuk bersikap tidak kontradiksi antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ada yang ditutup-tutupi). Pelaku usaha atau perusahaan memiliki amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan dan kejujuran, serta dengan sikap amanah ini perusahaan memiliki tanggungjawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya.

Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) berasal dari prinsip-prinsip inti dalam Al Qur'an. Ada tiga prinsip utama dalam Al Qur'an yang menjadi dasar dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:³³

1. Kekhalifan manusia dimuka bumi;
2. Akuntabilitas Ilahi dan
3. Kewajiban manusia untuk mencegah kejahatan dan memerintahkan kebaikan.

Prinsip kekhalifan manusia menjelaskan bahwa manusia adalah wakil Allah dimuka bumi, sehingga segala isi bumi ini adalah kepemilikan Allah manusia hanya

³³ Syad Farrok, "On Corporate Social Responsibility of Islamic Financial Institutions. *Islamic Economic Studies*", Akademika Vol. 15, No. 1, (Juli 2007). 83.

dititip sebagai penjaga amanah. Prinsip akuntabilitas ilahi merupakan implikasi dari prinsip kekhalifan manusia dimana manusia sebagai wakil Allah di bumi, sehingga manusia diwajibkan bertanggungjawab atas segala yang diamanahkan Allah kepada manusia. Kemudian untuk prinsip ketiga manusia memiliki kewajiban untuk mencegah kejahatan dan memerintahkan kepada kebaikan dikarenakan manusia sebagai wakil Allah yang harus mempertanggungjawabkan seluruh amanah ini.

Dari penjelasan di atas penulis dapat mengatakan bahwa dalam Islam banyak dijelaskan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) itu sendiri, dimana manusia sebagai *khalifatul fil ardh* dan *abd Allah*, sehingga manusia memiliki tanggungjawab kepada Allah sebagai pemilik tertinggi dan manusia juga bertanggungjawab kepada sesama makhluk (manusia, hewan dan alam sekitar).³⁴ Begitu pula dengan konsep untuk korporasi sendiri, konsep pertanggungjawabannya tidak hanya terkhusus pada *stockholder* dan *stakeholder* saja melainkan, ada aspek yang lebih luas dalam *stakeholder* yang terbagi menjadi *direct stakeholder* dan *indirect stakeholder*. Sehingga sebuah perusahaan seharusnya mengembangkan pertanggungjawaban sosialnya dalam tiga domain:

1. Pelaku-pelaku organisasi meliputi:
 - a. Hubungan perusahaan dengan pekerja
 - b. Hubungan pekerja dengan perusahaan
 - c. Hubungan perusahaan dan pelaku usaha lain; distributor, konsumen dan pesaing.
2. Lingkungan alam
3. Kesejahteraan sosial masyarakat

Dalam Al Qur'an juga tercantum ayat-ayat yang berhubungan dengan kewajiban orang dalam menjalankan bisnisnya yang berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Beberapa prinsip Islam dalam

³⁴ Iwan Triyonwono, "Sinergi Oposisi Biner: Formulasi Tujuan Dasar Laporan Keuangan Syariah". Akademika, Vol, 4, No. 1 (Maret 2003).

menjalankan bisnis yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR),³⁵ antara lain:

- a. Menjaga lingkungan dan melestarikannya
- b. Upaya untuk menghapus kemiskinan
- c. Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar yang dijelaskan dalam Surat Al-Maidah ayat 103

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ بَحِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ وَلَكِنَّ الَّذِينَ
كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ

Yang artinya,

“Allah tidak pernah mensyariatkan adanya Bahirah, Sa'ibah, Wasilah dan haam. Tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti.”

- d. Jujur dan amanah

Islam memberikan konsep hidup yang lengkap, mengarahkan setiap fase kehidupan manusia termasuk spiritualitas, bisnis, dan keadilan dalam kehidupan sosial. Sedangkan syariah merupakan sistem etika dan nilai-nilai yang mencakup semua aspek kehidupan manusia meliputi personal, sosial, politik, ekonomi dan intelektual serta mekanisme yang penting untuk menyesuaikan diri dengan perubahan. Berkaitan dengan hal tersebut, merupakan hal yang wajar jika penerapan hukum syariah menjadi dasar pendirian berbagai perusahaan khususnya bank syariah.

Untuk tetap kompetitif dengan para pesaingnya, bank syariah seringkali berinovasi dalam menawarkan produk mereka yang tidak mencederai syariah sampai batas tertentu sehingga mereka masih dianggap produk yang Islami.

³⁵ Khairunnisa, “Analisa Perbandingan Rasio Keuangan Bank Syariah Sebelum dan Sesudah Menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Pada PT. Bank Muamalat Tbk.)”, (Skripsi : Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2010), 21.

Dengan kompetisi yang ketat, pasar yang lebih maju, dan permintaan dari *stakeholder* untuk lebih transparan, salah satu cara yang bisa dilakukan perusahaan berbasis syariah untuk menangani masalah-masalah tersebut ialah dengan mengkomunikasikan secara detail mengenai aktivitas investasi dan produk-produk barunya apakah sudah disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah dan juga keterangan dasar syariah yang digunakan.

Cara pandang pemangku kepentingan yang mengedepankan ridha Ilahi telah menjadikan Al-Qur'an dan As-Sunnah (perbuatan dan perkataan Nabi Muhammad SAW) sebagai pedoman dalam pelaksanaan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Bentuk-bentuk perusakan terhadap lingkungan adalah hal yang bertentangan dengan hukum Islam, maka sebuah perusahaan tidak boleh melanggar ketentuan yang telah ditetapkan tersebut. Perusahaan dianggap memiliki tanggung jawab terhadap orang lain, termasuk masyarakat dan lingkungan, karena mereka adalah entitas yang memiliki hubungan dengan Tuhan, masyarakat, dan pemangku kepentingan³⁶. Oleh karena itu, perusahaan diwajibkan untuk memenuhi aturan dan peraturan Islam untuk kegiatan mereka agar diberkati oleh Allah.

Terdapat pendapat lain bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan upaya untuk meningkatkan citra korporasi dengan menghadirkannya sebagai tindakan manusiawi, penuh kebajikan, dan bertanggung jawab secara sosial, tetapi juga dapat dirasakan sebagai masker untuk mengejar keuntungan dan kekuasaan tanpa hambatan. Selain itu, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipercaya dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana investor cenderung menanamkan modal pada perusahaan yang melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Karena bagi investor, perusahaan yang melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpotensi dalam menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan yang tidak, sehingga

³⁶ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik*. (Depok; Kencana, 2017), 35-36.

kedepannya perusahaan akan mampu meningkatkan kinerja.³⁷

Teori tersebut terasa kurang menekankan nilai sosial dan lebih menekankan pada nilai materialistik, meskipun setiap manusia memiliki hak dalam menentukan pilihan dan tujuan bisnisnya. Mereka juga meramalkan bahwa dengan berkomunikasi secara efektif tentang sosial, kontribusi lingkungan dan ekonomi, mereka dapat memperkuat merek, meningkatkan reputasi perusahaan dengan pelanggan dan pemasok, serta menarik dan mempertahankan tenaga kerja yang berkomitmen dan terampil. Memang literatur yang ada menegaskan bahwa komitmen untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada saatnya akan mengakibatkan kinerja yang lebih baik dalam hal profitabilitas, daya saing dan manajemen risiko.

Islam mengakui bahwa pemilik perusahaan atau penyandang dana memiliki hak untuk mendapatkan keuntungan, tetapi tidak dengan mengorbankan klaim berbagai pemangku kepentingan lainnya. Berbeda dengan teori-teori barat, pandangan Islam tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengambil pendekatan yang agak holistik, yaitu menawarkan pandangan spiritual integralistik berdasarkan ajaran Qur'an dan Sunnah, serta menyediakan kerangka filosofis alternatif yang lebih baik untuk interaksi manusia dengan alam dan sesamanya.

Saat ini investor semakin sadar akan etika investasi yang bertanggung jawab secara sosial, bahkan minat pada investasi berbasis syariah dalam perbankan juga meningkat. Diantara tujuan yang paling penting dari keuangan Islam pada umumnya, dan khususnya bank syariah adalah pembentukan keadilan dan penghapusan eksploitasi dalam transaksi bisnis. Dimana hal tersebut dapat dilihat dari adanya larangan semua sumber ilegal dan larangan berurusan dengan transaksi yang mengandung risiko yang berlebihan.

³⁷ Isa Wahyudi & Busyra Azheri. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Cetakan I. (Malang: In-Trans Publishing, 2008) 78.

Prinsip-prinsip dan tujuan moral memainkan peran yang lebih penting dalam operasinya, ini merupakan misi dan tujuan bank syariah dibandingkan bank dengan basis non-Islam. Bank syariah memiliki *Islamic Religious Board*, untuk memastikan bahwa praktik bank sejalan dengan hukum syariah, dan divisi solidaritas sosial yang kuat.

Bagi penulis, pemangku kepentingan yang berorientasi terhadap agama memiliki konsep dasar Islam tentang halal dan haram suatu muamalah serta telah memberikan peraturan mutlak yang ditaati oleh bank syariah dengan kesadaran penuh dalam segala aktivitas perusahaan termasuk segala hal yang bersangkutan dengan *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*. Misalnya saja perusahaan tidak akan menggabungkan aktifitas yang haram dengan pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)* seperti memberikan bantuan terhadap pengembangan peternakan hewan babi, memfasilitasi petani anggur untuk memproduksi *wine*, memberikan bantuan kepada rumah produksi minuman beralkohol, dan atau mendukung klonasi yang sangat jelas merupakan perihal haram di dalam hukum Islam, dimana aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* semacam itu tidak akan terjadi di dalam perusahaan berbasis syariah yang juga memiliki Dewan Pengawas Syariah.

Selain merupakan bentuk ketaatan kepada Allah, hal tersebut juga sebagai bentuk menjaga kepercayaan konsumen Muslim yang telah menggunakan produk dan layanan perusahaan. Sebagai contoh bank yang menjalankan aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan dapat dikatakan memiliki orientasi yang berbeda dengan hukum *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)* adalah *The Bank of East Asia* di China dan *OTP Bank* di Romania yang memberikan bantuan berupa pengembangan peternakan babi, atau sebagai contoh lain adalah pengembangan industri *wine* oleh *TWE Global*. Hal tersebut tentunya bukanlah suatu bentuk kesalahan bank-bank tersebut, melainkan perbedaan hukum di setiap agama dan perbedaan tujuan bisnis.

Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai punca dari ajaran etik yang sangat mulia. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat.³⁸

Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merujuk kepada praktik bisnis yang memiliki tanggungjawab etis secara Islami, perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam praktik bisnisnya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka *Islamic Corporate Social Responsibility* mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya dibatasi oleh aturan halal dan haram sesuai dengan syariah.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif Islam lebih menjurus kepada pendekatan rohani. Pandangan bersifat rohani adalah berdasarkan dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Ide mengenai tanggung jawab sosial ini terkandung dalam ikatan kerohanian (*religious bond*). Ikatan kerohanian ini menggambarkan komitmen terhadap standar moral dan juga norma-norma sosial dengan berasaskan kepada Syariah. Ini karena dalam Islam matmalat yang ingin dicapai bukan tertumpu kepada keperluan material saja, tetapi merangkumi konsep kesejahteraan hidup manusia yang menekankan konsep persaudaraan dan keadilan sosio-ekonomi dan spiritual bagi setiap insan.

³⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UINMalang Press, 2007) 160.

Menurut Meutia terdapat beberapa prinsip yang sebetulnya menggambarkan adanya hubungan antara manusia dan penciptanya, yaitu Allah SWT. Prinsip-prinsip ini adalah berbagi dengan adil, *rahmatan lil alamin* (rahmat bagi seluruh alam), dan *maslaha* (kepentingan masyarakat). Menurut AlGhazali, prinsip-prinsip ini sebetulnya mempunyai kaitan yang kuat dengan tujuan ekonomi Syariah yang mengedepankan kepentingan masyarakat banyak.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Islam merupakan sebuah sistem sosial dalam pembagian kekayaan berdasarkan kepada cara hidup dan hubungan kemanusiaan yang terjalin antara sesama umat Islam dan juga antara umat Islam dengan golongan bukan Islam (*Hablun Min al-Nas*). Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam harus bersesuaian dengan *maslahah* dan *maqasid al-Shari'ah*, mewajibkan untuk mengedepankan kepentingan *al-dharuriyyah* tercapai lebih dahulu, dilanjutkan kepentingan *al-hajiyyah* dan *al-tahsiniyyah*. Walaupun demikian pencapaian ketiga kepentingan ini bukanlah sesuatu yang berlaku secara berturut-turut dan ketat, tetapi pencapaian ketiga piramida masalah ini menjadi petunjuk (*guidance*) bagi pengelola perusahaan dalam memutuskan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat guna dan sasaran.

Di zaman Rasulullah SAW. Fungsi-fungsi perbankan biasanya dilakukan oleh satu orang yang hanya melakukan satu fungsi. Baru kemudian, di zaman Bani Abbasiyah, ketiga fungsi perbankan dilakukan oleh satu individu. fungsi-fungsi perbankan yang dilakukan oleh satu individu dalam sejarah islam telah dikenal sejak zaman Abbasiyah.

Perbankan mulai berkembang pesat ketika beredar banyak jenis mata uang pada zaman itu sehingga perlu keahlian khusus untuk membedakan satu mata uang dengan mata uang lainnya. Hal ini diperlukan karena setiap mata uang memiliki kandungan logam mulia yang berlainan sehingga memiliki nilai yang berbeda pula. Orang yang mempunyai keahlian khusus itu disebut *naqid*, *sarraf*, dan

zihbiz. Aktivitas ekonomi ini merupakan cikal bakal dari apa yang kita kenal sekarang sebagai penukaran uang (*money changer*).

Perbankan syariah merupakan sektor yang patut diperhitungkan. Survey yang dilakukan oleh Bahrain Monetary Agency di tahun 2004 memperlihatkan bahwa jumlah institusi perbankan syariah melonjak dengan cukup signifikan dari 176 di tahun 1997 menjadi 267 di tahun 2004 yang beroperasi di 60 negara di dunia. Dengan tingkat pertumbuhan sebesar 15% per tahunnya maka industri perbankan syariah merupakan sektor yang paling cepat berkembang di negara muslim. Di Indonesia walaupun perbankan syariah tercatat tumbuh dengan signifikan, namun dibandingkan perbankan konvensional pangsa pasar perbankan syariah masih relatif kecil ukurannya yaitu sebesar 2,2%.³⁹

Akan tetapi prospek industri syariah ini di masa datang diyakini akan semakin bagus dan patut diperhitungkan. Mengenai praktek *Corporate Social Responsibility* (CSR) di lembaga perbankan syariah, lembaga yang menjalankan bisnisnya berdasarkan syariah pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar Al Qur'an dan Sunah. Sehingga hal ini menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya.

Mengingat dasar filosofi tersebut bersifat relijius, maka diyakini bahwa hubungan yang ada akan lebih bersifat berkelanjutan dibandingkan pola *Corporate Social Responsibility* (CSR) konvensional. Pada perbankan syariah, tanggung jawab sosial sangat relevan untuk dibicarakan mengingat beberapa faktor berikut, perbankan syariah berlandaskan prinsip syariah yang meminta mereka untuk beroperasi dengan landasan moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Selain itu adanya prinsip atas ketaatan pada perintah Allah dan Khalifah. Dan yang terakhir adanya prinsip atas kepentingan umum, terdiri dari penghindaran dari kerusakan dan kemiskinan. Dalam prinsip *responsibility*, tercermin dalam aktivitas-aktivitas sosial

³⁹ Abdul Ghofur Anshori. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Cetakan Pertama. (Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2007) 98.

perusahaan disebut dengan *corporate sosial responsibility* (CSR).⁴⁰

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di perbankan syariah pada dasarnya telah melekat secara *inheren* sebagai konsekuensi kebersandaran bank syariah pada ajaran Islam. Berbeda dengan bank konvensional tidak dapat dipisahkan secara dikotomis antara orientasi bisnis dengan orientasi sosialnya. Orientasi bisnis seharusnya juga membawa orientasi sosial, atau setidaknya tidak kontradiksi dengan orientasi sosial. Hal ini membawa konsekuensi pada kuatnya karakter sosial dari perbankan syariah dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas sosialnya, relatif jika dibandingkan dengan bank konvensional.

Aktivitas-aktivitas sosial dari bank syariah merupakan nilai tambah (*add value*) yang dapat berimplikasi pada meningkatnya profitabilitas jangka panjang dan *goodwill* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan *stakeholder* terhadap kinerja bank syariah. Sebagai lembaga *intermediary* antara pihak surplus dan defisit, maka meningkatnya kinerja bank syariah bisa diamati dari meningkatnya jumlah dana pihak ketiga yang disetorkan oleh nasabah atau meningkatnya pengajuan pembiayaan. Dengan demikian, tantangan utama bank syariah saat ini diantaranya adalah bagaimana mewujudkan kepercayaan dari para *stakeholder*. Dengan membangkitkan kepercayaan *stakeholder* diharapkan bank syariah mampu memobilisasi simpanan, menarik investasi, menanamkan investasi, sekaligus memperluas kesempatan kerja, membantu pemerintah membiayai defisit anggaran untuk pembangunan dan mengakselerasi pembangunan ekonomi dengan baik.

Hal ini terjadi karena semua institusi keuangan harus merespon realitas bahwa penyedia dana (*shareholder* dan *deposan*) serta *stakeholder* yang lain memiliki harapan, dan mereka tidak akan menanamkan dana atau berkontribusi dengan baik apabila ekspektasi yang mereka proyeksikan tidak terpenuhi.⁴¹

⁴⁰ Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*, Edisi Revisi. (Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2005) 70.

⁴¹ Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani

Ekspektasi *stakeholder* terhadap bank syariah tentu berbeda dengan bank konvensional. Hal ini didasari oleh kesadaran bahwasannya bank syariah dikembangkan sebagai lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usaha sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam.

Tujuan ekonomi Islam sendiri dalam hal ini tidak hanya terfokus pada tujuan komersil yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal semata, tetapi juga mempertimbangkan perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Sehingga implementasi aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya untuk menyalurkan dana sosial semata, tetapi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diarahkan kepada pemerataan pemilikan (*wealth*), ke arah partisipasi dan emansipasi struktural, artinya ke arah *co-ownership* (pemilikan saham secara lebih merata dan luas meliputi *the common bond of stake-holders*).

Stakeholder tidak saja merasa ikut memiliki perusahaan tetapi benar-benar ikut memiliki perusahaan. Keadaan sosial adalah sebuah nilai keutamaan yang diajarkan Islam. Karena itulah Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling berbagi rasa, baik melalui zakat, sadaqah, hibah, waqaf, maupun wasiat agar terciptanya kondisi hidup sejahtera dikalangan manusia. Di samping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan Hari Kiamat, Al Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin, dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Dalam konteks ini, maka *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian,

praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah. CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi.

Menurut Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati. Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah mahdhah. Rasulullah SAW bersabda, “Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar”. Dalam hadis lain, Rasulullah SAW juga bersabda, “Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesama muslim, itu lebih baik baginya daripada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah.”⁴²

Selain itu, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam juga merupakan salah satu upaya mereduksi permasalahan-permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat dengan mendorong produktivitas masyarakat dan menjaga keseimbangan distribusi kekayaan di masyarakat. Islam mewajibkan sirkulasi kekayaan terjadi pada semua anggota masyarakat dan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan hanya pada segelintir orang.

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam menekankan pada etika bisnis islami. Operasional perusahaan harus terbebas dari berbagai modus praktik korupsi (*fight against corruption*) dan memberi jaminan layanan maksimal

⁴² Adiwarman A Karim. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Edisi Ketiga. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2007) 43.

sepanjang ranah operasionalnya, termasuk layanan terpercaya bagi setiap produknya (*provision and development of safe and reliable products*).

Selain menekankan pada aktivitas sosial di masyarakat, Islam juga memerintahkan praktik *Corporate social Responsibility* (CSR) pada lingkungan. Lingkungan dan pelestariannya merupakan salah satu inti ajaran Islam. Prinsip-prinsip mendasar yang membentuk filosofi kebajikan lingkungan yang dilakukan secara holistik oleh Nabi Muhammad SAW adalah keyakinan akan adanya saling ketergantungan di antara makhluk ciptaan Allah.

Sifat saling ketergantungan antara makhluk hidup adalah sebuah fitrah dari Allah SWT. Dari prinsip ini maka konsekuensinya adalah jika manusia merusak atau mengabaikan salah satu bagian dari ciptaan Allah SWT, maka alam secara keseluruhan akan mengalami penderitaan yang pada akhirnya juga akan merugikan manusia. Allah SWT berfirman :

ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ
الَّذِي عَمِلُوا لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

Yang artinya :

“Katakanlah (Muhammad), “Bepergianlah di bumi lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah).”⁴³

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dengan begitu jelas tentang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), padahal isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) baru dimulai pada abad ke-20. Bahkan dalam berbagai *code of conduct* yang dibuat oleh beberapa lembaga, Islam telah memberikan penjelasan terlebih dahulu. Misalnya, dalam draft ISO 26000, *Global Reporting Initiatives* (GRI), *UN Global Compact*, *International Finance Corporation* (IFC), dan lainnya telah menegaskan berbagai instrumen indikator bagi pelaksanaan komitmen *Corporate Social Responsibility*

⁴³ Al-Qur'an, 30 : 41.

(CSR) perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat. Dan bila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami. *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) merupakan sebuah sistem sosial dalam pembagian kekayaan berdasarkan kepada cara hidup dan hubungan kemanusiaan yang terjalin antara sesama umat Islam, dan juga antara umat Islam dengan golongan bukan Islam (*Hablun Min al-Nas*).⁴⁴

Program *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) harus bersesuaian dengan *masalah* dan *maqasid al-Shari'ah*, mewajibkan untuk mengedepankan kepentingan *al-dharuriyyah* tercapai lebih dahulu, dilanjutkan kepentingan *al-hajiyah* dan *al-tahsiniiyah*. Walaupun demikian pencapaian ketiga kepentingan ini bukanlah sesuatu yang berlaku secara berturut-turut dan ketat, tetapi pencapaian ketiga piramida masalah ini menjadi petunjuk (*guidance*) bagi pengelola perusahaan dalam memutuskan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat guna dan sasaran. Konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) lebih menjurus kepada pendekatan rohani.⁴⁵

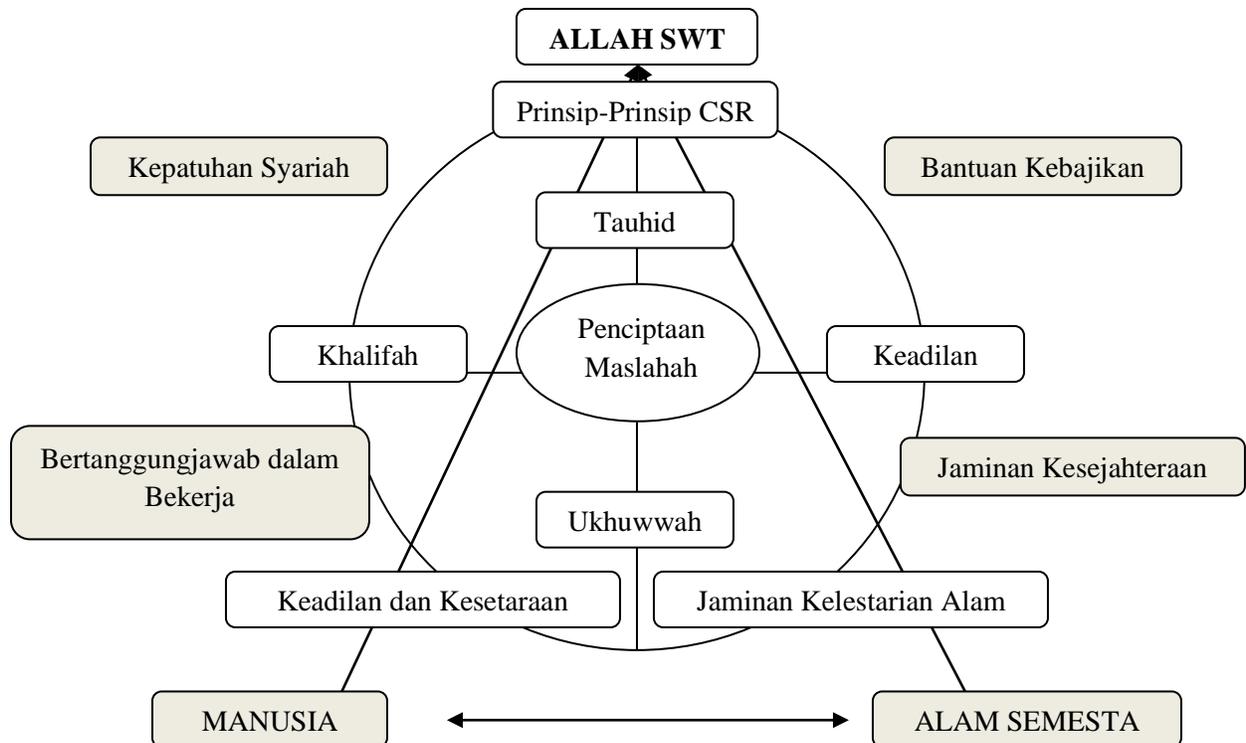
Pandangan bersifat rohani adalah berdasarkan dari ajaran Al-Quran dan Sunnah. Ide mengenai tanggung jawab sosial ini terkandung dalam ikatan kerohanian (*religious bond*). Ikatan kerohanian ini menggambarkan komitmen terhadap standar moral dan juga norma-norma sosial dengan berasaskan kepada Syariah. Ini karena dalam Islam matmalat yang ingin dicapai bukan tertumpu kepada keperluan material saja, tetapi merangkumi konsep kesejahteraan hidup

⁴⁴ Dwi Sudaryati dan Yunita Eskadewi, "Pengaruh Tata kelola Perusahaan terhadap Tingkat Keterbukaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Bank Syariah" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 11, No 01 (Agustus 2012)

⁴⁵ Inten Meutia. *Menata Pengungkapan CSR di Bank Islam (Suatu Pendekatan Kritis)*. (Jakarta: Citra Pustaka Indonesia, 2010) 35.

manusia yang menekankan konsep persaudaraan dan keadilan sosioekonomi dan spiritual bagi setiap insan. Menurut Meutia terdapat beberapa prinsip yang sebetulnya menggambarkan adanya hubungan antara manusia dan penciptanya, yaitu Allah SWT. Prinsip-prinsip ini adalah berbagi dengan adil, *rahmatan lil alamin* (rahmat Bagi seluruh alam), dan *maslaha* (kepentingan masyarakat). Menurut AlGhazali, prinsip-prinsip ini sebetulnya mempunyai kaitan yang kuat dengan tujuan ekonomi Syariah yang mengedepankan kepentingan masyarakat banyak. *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) bukanlah sesuatu yang baru. Prinsip-prinsip *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) didasarkan pada prinsip dan falsafah yang digali dari Al-Qur'an dan As-Sunnah serta menjadi pedoman dalam berbagai aktivitas kehidupan. Tidak terkecuali pelaksanaan *Corporate social Responsibility* (CSR) perusahaan-perusahaan yang berasaskan Islam seperti Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (LKS) wajib diyakini dan dipahami sebagai bagian menyeluruh dalam memenuhi kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

Pembahasan mengenai bagaimana perbankan syariah mengimplementasikan kegiatan kegiatan *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)* nya dalam penelitian ini berpedoman pada teori yang tersusun dalam kerangka konseptual di bawah ini.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Pelaksanaan I-CSR Pada LKS

1. Prinsip-prinsip *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)*⁴⁶
 - a. Prinsip Tauhid

Tauhid adalah prinsip umum hukum Islam. Prinsip ini menyatakan bahwa semua manusia ada dibawah satu ketetapan yang sama, yaitu ketetapan tauhid yang dinyatakan dalam kalimat La'ilaha Illa Allah (Tidak ada tuhan selain Allah). Prinsip ini ditarik dari firman Allah QS. Ali Imran

⁴⁶ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik*. (Depok; Kencana, 2017) 58-72.

Ayat 64. Berdasarkan atas prinsip tauhid ini, maka pelaksanaan hukum Islam merupakan ibadah. Dalam arti perhambaan manusia dan penyerahan dirinya kepada Allah sebagai manifestasi kesyukuran kepada-Nya. Dengan demikian tidak boleh terjadi setiap mentuhankan sesama manusia dan atau sesama makhluk lainnya. Pelaksanaan hukum Islam adalah ibadah dan penyerahan diri manusia kepada keseluruhan kehendak-Nya.

Prinsip tauhid ini pun menghendaki dan memposisikan untuk menetapkan hukum sesuai dengan apa yang diturunkan Allah (Al-Qur'an dan As-Sunah). Barang siapa yang tidak menghukumi dengan hukum Allah, maka orang tersebut dapat dikategorikan kedalam kelompok orang-orang yang kafir, dzalim dan fasiq. Bagi penyelenggara bisnis Lembaga Keuangan Syariah (LKS), keyakinan kepada Allah SWT menjadikan seseorang yang melaksanakan bisnis di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sesuai dengan nilai-nilai yang telah digariskan oleh Allah SWT. Siapa pun yang terlibat dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS) tidak diperbolehkan melakukan transaksi ataupun bisnis yang tidak beretika, menimbulkan kerugian bagi pihak lain, dan melaksanakan apa yang dilarang oleh Allah SWT.

b. Prinsip Khalifah

Dalam Al-Qur'an, manusia secara umum merupakan khalifah Allah di muka bumi untuk merawat dan memberdayakan bumi beserta isinya. Sedangkan khalifah secara khusus maksudnya adalah pengganti Nabi Muhammad sebagai Imam umatnya, dan secara kondisional juga menggantikannya sebagai penguasa sebuah entitas kedaulatan Islam (negara). Sebagaimana diketahui bahwa Muhammad selain sebagai Nabi dan Rasul juga sebagai Imam, Penguasa, Panglima Perang, dan lain sebagainya.

Pelaksanaan prinsip khalifah dalam konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menuntut Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk memaksimalkan fungsi dan

peran Lembaga Keuangan Syariah (LKS) guna meningkatkan dan memberdayakan pertumbuhan ekonomi seluruh stakeholder. Setiap keuntungan yang didapat bukanlah berasal dari keuntungan yang tidak dibenarkan oleh Islam, seperti mengandung unsur riba, penipuan dan investasi pada aset yang diharamkan. Sementara keuntungan yang diraih selalunya disisihkan untuk memberikan dampak kebijakan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar secara positif sesuai dengan tujuan keberadaan Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

c. Prinsip Keadilan

Kata *al-‘adl* dari segi bahasa memiliki beberapa arti. Dari pengertian yang bermacam-macam itu dapat dikembalikan kepada makna: “*Luzum al-wast wa al-ijtinab ‘an janibaiy al-ifrat wa al-tafrith*” yang artinya “Senantiasa mengambil sikap tengah dan menjauhkan dua sikap ekstrim yaitu ifrat (berlebihan) dan tafrit (ketaksiran)”. Keadilan adalah kata jadian dari kata ”adil” yang terambil dari bahasa Arab “*adl*”. Apabila dicermati term-term atau simpul-simpul keadilan yang berakar kata ‘*a-d-l*’ terdapat dalam Al-Qur’an sebanyak 31 kali.⁴⁷

Menurut M. Quraisy Syihab, Paling tidak, ada empat makna keadilan yang dikemukakan oleh pakar agama, yaitu: *Pertama*, adil dalam arti “sama”. surat Al-Nisa’ (4): 58. Kata “*adil*” dalam ayat ini bila diartikan ‘sama’ hanya mencakup sikap dan perlakuan hakim pada saat proses pengambilan keputusan. *Kedua*, adil dalam arti “seimbang”. Keseimbangan ditemukan pada suatu kelompok yang didalamnya terdapat beragam bagian yang menuju satu tujuan tertentu.

⁴⁷ Nurdin, “*Dimensi Keadilan Dalam Al-Qur’an*”. (Skripsi: Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, 2014) 4.

Dari sini, keadilan identik dengan kesesuaian (keproporsionalan), bukan lawan kata “kezaliman”. *Ketiga*, adil adalah “pengertian terhadap hak-hak individu dan memberi hak-hak itu kepada setiap pemiliknya”. *Keempat*, *adil* yang dinisbatkan kepada Ilahi. *Adil* di sini berarti “memelihara kewajaran atas berlanjutnya eksistensi, tidak mencegah kelanjutan eksistensi dan perolehan rahmat sewaktu terdapat banyak kemungkinan untuk itu.” Semua wujud tidak memiliki hak atas Allah. Keadilan Ilahi pada dasarnya merupakan rahmat dan kebaikan-Nya. Keadilan-Nya mengandung konsekwensi bahwa rahmat Allah tidak tertahan untuk diperoleh sejauh makhluk itu dapat meraihnya. Sudah menjadi kewajiban setiap muslim, baik individu atau masyarakat khususnya orang-orang kaya untuk memperhatikan keperluan-keperluan dasar kaum miskin. Bila mereka tidak memenuhi kewajiban ini, padahal mereka mampu maka negara harus memaksa mereka untuk memenuhinya. Pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) di Lembaga Keuangan Syariah (LKS) wajib dijiwai dengan sepenuhnya oleh nilai-nilai keadilan untuk mengurangi jurang ekonomi antara masyarakat yang kaya dan masyarakat yang miskin. Pelaksanaan program *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (LKS) wajib menjadikan keadilan sebagai prinsip utama untuk mencapai tujuan pembangunan ekonomi terhadap semua stakeholder.

d. Prinsip *Ukhuwwah*

Ukhuwwah membangun umat yang kokoh. Ia adalah bangunan maknawi yang mampu menyatukan masyarakat manapun. Ia lebih kuat dari bangunan materi, yang suatu saat bisa saja hancur diterpa badai atau ditelan masa. Sedangkan bangunan ukhuwwah islamiah akan tetap kokoh. *Ukhuwwah* merupakan karakteristik istimewa dari seorang mukmin yang saleh.

Kegiatan perekonomian pastinya mempunyai atau menjunjung tinggi prinsip-prinsip dalam menjalankannya. Salah satu dari sekian banyak prinsip yaitu Prinsip *Ukhuwwah* (persaudaraan). Prinsip *ukhuwwah* islamiyah dalam ekonomi terutama dalam berdagang harus sangat diterapkan karena bertransaksi dasarnya adalah kita berhubungan langsung antar manusia. *Ukhuwwah* melahirkan kerukunan hidup dan kesetiakawanan sosial. *Ukhuwwah* antar umat Islam tak akan berwujud tanpasilaturahmi.

Masyarakat Muslim tidak akan diperhitungkan keberadaannya jika tidak memelihara dan membangun jaringan silaturahmi. Dalam pasar kapasitas tidak mementingkan perasaan dan pertimbangan moral kedalamnya, bagaimana mendapatkan nilai yang besar dan keuntungan semata. Maka dari itu, Islam mementingkan prinsip *ukhuwwah* ini untuk kelancaran transaksi secara sosialisme bukan kapitalisme. Prinsip *ukhuwwah* didasarkan agar tidak terjadi manipulasi dan *misscommunication* dalam sebuah transaksional didalamnya sehingga mendapatkan suatu keuntungan tidaklah menjadi suatu kedzaliman. Hubungan antar individu dalam sistem Ekonomi Syariah cukup tersusun sehingga saling membantu dan kerjasama diutamakan daripada persaingan dan permusuhan sesama mereka.

Yang mempunyai artian selama pembeli pertama tidak meninggalkan transaksi secara suka rela atau mengundurkan diri untuknya, karena rasa kasih sayang dankemurahan hati, maka tidak halal baginya untuk merusak transaksinya. Sebagaimana jika sebagian orang telah sepakat pada suatu transaksi, penjual telah setuju untuk menjual dan pembeli pun telah setuju untuk membeli, meskipun belum terjadi ijab qobul atau *taken contract*, maka disini Islam melarang orang lain untuk datang berusaha merebut transaksi tersebut dengan menambahkan harga tawaran dan membujuk penjual untuk meninggalkan kesepakatannya yang pertama.

Ada beberapa point yang digunakan dalam *ukhuwwah* islamiyah khususnya untuk melancarkan kegiatan perekonomian. Yaitu rasa tanggung jawab, solidaritas, dapat dipercaya dan lebih mementingkan kepentingan orang lain diatas kepentingan pribadi. *Ukhuwwah* ini sangat dibutuhkan dalam proses marketing yaitu pada publicrelations yang melibatkan banyak elemen masyarakat. *Public relations* memiliki gerak yang proaktif dan berorientasi masa depan, memiliki tujuan membangun, dan menjaga persepsi yang positif tentang kegiatan perekonomian di mata publik. Dalam perdagangan, Islam mempunyai prinsip untuk menjaga fitrah manusia, menjaga hubungan kemanusiaan yang terjadi di antara mereka serta melestarikan nilai-nilai persaudaraan dalam masyarakat. Dalam prinsip ini, Islam mempunyai sebuah nilai persaudaraan, saling peduli dan saling menopang satu sama lainnya,serta solidaritas sosial dalam kehidupan masyarakat.

Prinsip persaudaraan inilah yang seharusnya menjadi latar belakang setiap pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Saling membantu sesama pemegang berkepentingan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) seharusnya tampil sebagai sebuah kekuatan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan dan kelestarian tanpa merugikan satu sama lainnya. Jika prinsip ini dilaksanakan secara berkualitas akan memberikan dampak positif bagi operasional Lembaga Keuangan Syariah (LKS), tidak hanya mempertahankan keuntungan tetapi menjadikan masyarakat sebagai pengguna Lembaga Keuangan Syariah (LKS) mencintai Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

e. Prinsip mewujudkan *Maslahah*

Allah memerintahkan kita untuk menjadikan kehidupan dunia sebagai *wasilah* (jembatan) untuk menuju kebahagiaan akhirat dengan

menerima syari'at secara *kaffah* (total). Penciptaan *maslahah* adalah tujuan utama Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dalam melaksanakan semua fungsi bisnis Lembaga Keuangan Syariah (LKS) termasuk dalam pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR). Sehingga semua pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) dalam administrasi bisnis Lembaga Keuangan Syariah (LKS) harus berkisar pada produk-produk halal yang telah digariskan oleh Islam dan meninggalkan segala produk-produk haram yang dilarang oleh Islam. Semua prinsip-prinsip tersebut dilaksanakan dengan satu tujuan yaitu pengabdian yang sempurna kepada Allah SWT.

Adapun posisi *Corporate social Responsibility* (CSR) dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS) merupakan keharusan yang tidak bisa tidak, wajib dilakukan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Ia bertujuan untuk mencapai tujuan besar bahwa semua konsep yang dibawa oleh Islam adalah untuk menciptakan kesejahteraan bagi umat manusia. Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sebagai salah satu perusahaan dalam bidang keuangan yang telah beroperasi di peringkat nasional maupun Internasional harus menjadi lembaga keuangan yang menjalankan program *Corporate social Responsibility* (CSR) berdasarkan nilai-nilai Islam untuk menyejahterakan masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan. Pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) menjadi satu bentuk pertanggungjawaban fungsi kekhalifahan kepada Allah SWT, tanggung jawab sesama manusia, dan tanggung jawab terhadap lingkungan. Untuk merealisasikan tiga hubungan tanggung jawab dalam pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (LKS) memerlukan prinsip-prinsip dasar yang satu sama lainnya saling berkaitan. Prinsip-prinsip tersebut, yaitu prinsip tauhid, khalifah, keadilan, *ukhuwwah*, dan penciptaan *maslahah*. Hubungan yang saling berkaitan antara hubungan tanggung jawab dan

prinsip pelaksanaan *Corporate social Responsibility* (CSR), harus memiliki landasan yang kukuh untuk dilaksanakan dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

Pelaksanaan *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam diyakini dapat menyelesaikan dan meringankan masalah sosial, baik yang terjadi dalam institusi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) maupun dalam masyarakat terutama untuk memberdayakan ekonomi masyarakat lemah.

2. Kriteria *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)

Kriteria *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) Lembaga Keuangan Syariah (LKS) mempunyai hubungan yang erat dengan tiga konsep hubungan tanggung jawab sosial yang diperankan oleh manusia sebagai khalifah di bumi. Tiga hubungan tanggung jawab sosial tersebut yaitu hubungan tanggung jawab manusia dengan Allah SWT, hubungan tanggung jawab manusia dengan sesama manusia dan hubungan tanggung jawab manusia dengan alam sekitar. Ketiga hubungan tanggung jawab sosial ini didasarkan atas lima prinsip yaitu, tauhid, *khalifah*, keadilan, *ukhwwah* dan penciptaan *masalah*. Oleh karena itu, tiga hubungan tanggung jawab sosial manusia di bumi dan lima prinsip dasar dalam membentuk hubungan tanggung jawab sosial menjadi penunjang terhadap pembentukan kriteria-kriteria *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR).

Adapun menurut Muhammad Yasir Yusuf dalam bukunya *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) pada LKS, ada 6 kriteria sebagai instrumen untuk mengukur pelaksanaan *Islamic Corporate Social*

Responsibility (I-CSR). Ia melibatkan berbagai *stakeholder* LKS. Enam kriteria *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) tersebut yaitu,⁴⁸

a. Kriteria Kepatuhan syariah

Dalam urusan perbankan dan keuangan, hukum dasar segala bentuk transaksinya adalah boleh (mubah), kecuali terdapat bukti yang jelas mengharamkan suatu transaksi. Setiap transaksi pada perbankan harus berlandaskan pada ketentuan-ketentuan syariah, baik dalam pembentukan instrumen, pola pembiayaan, investasi dan pemilihan stakeholder Lembaga Keuangan Syariah (LKS) perlu harmonisasi dengan syariah.

Hal ini disebabkan dalam sistem ekonomi Islam tumpuan dalam kegiatan ekonomi bukan saja pada pencapaian manfaat di setiap akhir kegiatan ekonomi, akan tetapi lebih luas yaitu bertumpu pada proses bisnis yang dijalankan. Setiap kegiatan bisnis harus sesuai kepada konsep syariah sebagai fondasi guna menciptakan kemaslahatan.

Sehingga, dalam transaksi Lembaga Keuangan Syariah (LKS), ia tidak hanya memfokuskan diri untuk menghindari praktik bunga, akan tetapi juga menerapkan semua prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi secara sempurna dan seimbang, untuk itu, keseimbangan antara menambah keuntungan dan pemenuhan prinsip-prinsip syariah menjadi hal yang utama dalam kegiatan operasional Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

b. Kriteria Keadilan dan kesetaraan

Keadilan yang dibicarakan dan dituntut Al-Qur'an amat beragam, tidak hanya pada proses penepatan hukum atau terhadap pihak yang beselisih, melainkan Al-Qur'an menuntut keadilan terhadap diri sendiri, baik ketika berucap, menulis, atau bersikap batin. Al-Qur'an memandang kepemimpinan sebagai "perjanjian Ilahi" yang melahirkan tanggung jawab

⁴⁸ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori dan Praktik*. (Depok; Kencana, 2017) 75.

menentang kezaliman dan menegakkan keadilan. Demikian terlihat bahwa kepemimpinan dalam pandangan ayat di atas bukan sekedar kontrak sosial, tetapi juga menjadi kontrak atau perjanjian antara Allah dan sang pemimpin untuk menegakkan keadilan. Bahkan Al-Qur'an menegaskan bahwa alam raya ini ditegakkan atas dasar keadilan. Setiap orang berada di posisi yang sama, seseorang berhak mendapatkan berbagai haknya sebagaimana orang lain mendapatkan haknya. Tidak ada perbedaan antara individu yang satu dengan individu lainnya kecuali takwanya. Dan kadar takwa ini hanya diketahui pasti oleh Allah. Sehingga setiap orang patut diperlakukan secara adil.

Oleh karena itu, dalam proses Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sebagai institusi keuangan Islam mesti mengedepankan nilai-nilai keadilan dalam memberikan pelayanan kepada siapa saja yang memerlukan pelayanan Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Nilai-nilai kesamaan ini merupakan bagian penting dari ajaran Islam yang telah ditegaskan oleh Rasulullah pada haji *wada'* (perpisahan).

c. Kriteria Bertanggungjawab dalam bekerja

Bertanggungjawab dalam bekerja adalah sesuatu yang sangat urgen dalam kehidupan seorang Muslim. Setiap pekerja wajib bertanggungjawab bukan hanya kepada atasan, tetapi lebih daripada kepada Allah SWT. Selain harus dipertanggungjawabkan di dunia, ia juga akan ditanya di akhirat terhadap apa saja yang telah dikerjakan selama berada di dunia.

d. Kriteria Jaminan Kesejahteraan

Jaminan kesejahteraan bagi siapa saja yang terlibat dalam transaksi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sangat diprioritaskan dalam Islam. Hubungan antara atasan dengan karyawan, manager dengan pekerja wajib diberikan norma-norma khusus sebagai pedoman untuk memperlakukan kedua belah pihak secara adil dan menguntungkan satu sama lain.

e. Kriteria Jaminan Kelestarian Alam

Hubungan manusia dengan alam sekitar serta unsur-unsur di dalamnya adalah sangat erat dan tidak boleh dipisahkan. Interaksi dengan alam ini menjadi bukti keagungan Allah SWT yang menjadikan berbagai hal untuk membantu kelangsungan hidup manusia di dunia ini.

Setiap tindakan yang berhubungan dengan alam sekitar wajib dihormati dan dijaga oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Dalam operasionalnya, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dilarang merusak alam sekitar, membunuh, menyiksa hewan tanpa alasan yang dibenarkan syariat Islam, eksplorasi illegal dan membabi buta terhadap kekayaan alam kemudian mengakibatkan kebanyakan orang tidak mendapatkan haknya, seperti air, bahan bakar dan tanaman. Oleh karena keperluan dasar seperti air, bahan bakar dan makanan adalah suatu yang harusnya dijamin oleh pemerintah untuk kelestarian hidup manusia itu sendiri.

f. Kriteria Bantuan Kebajikan

Islam sangat menganjurkan bantuan sosial diberikan kepada siapa saja dari golongan orang-orang yang memerlukan dan kurang mampu dalam berusaha.

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sebagai suatu lembaga dan bahkan keseluruhan sistem ekonomi syariah, bertujuan untuk mewujudkan kesejahteraan dan keadilan dalam masyarakat sebagai mana dikehendaki oleh syariah itu sendiri. Oleh sebab itu, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) bukanlah sekedar institusi yang melepaskan diri dari perintah norma-norma dalam memenuhi kewajibannya pada persoalan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Akan tetapi, lebih dari itu, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) adalah satu sistem yang bertujuan untuk menyumbang kebaikan dalam memenuhi visi sosio-ekonomi dan mewujudkan masyarakat yang adil dan sejahtera. Keberadaan Lembaga Keuangan

Syariah (LKS) juga ikut membantu meringankan beban-beban masyarakat yang kurang mampu, terutama persoalan ekonomi.

Oleh karena itu, perlu ditetapkan kriteria sebuah *Corporate Social Responsibility* (CSR) memenuhi aspek-aspek tertentu sehingga memenuhi kriteria untuk dapat disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bercirikan bantuan kebajikan, terdapat lima *item* yang harus dipenuhi, yaitu

- 1) Pemilihan lembaga yang dapat menunjang visi Lembaga Keuangan Syariah (LKS) memenuhi misi *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- 2) Ikut meringankan masalah sosial (seperti bantuan sosial).
- 3) Membantu program sosial kemasyarakatan (seperti membantu dana pendidikan dan meringankan beban kehidupan anak yatim piatu).
- 4) Menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata-mata.
- 5) Pemberdayaan masyarakat melalui produk-produk Lembaga Keuangan Syariah (LKS) (seperti pembiayaan mikro ekonomi untuk usaha kecil dan menengah (UKM)).

Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada kriteria bantuan kebajikan dengan 5 *item* diatas serta 4 prinsip yaitu prinsip tauhid, *ukhuwwah*, khalifah dan menciptakan masalah yang masuk dalam kriteria bantuan kebajikan pada konsep *Islamic Corporate Social Responsibility* (I-CSR) untuk kemudian bisa disesuaikan dengan Implementasi dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Darmo Surabaya.