IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
(Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

DINDA FATHIA
Mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah
NIM: 121209397

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM - BANDA ACEH
2018 M / 1438 H

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S.1) Dalam Ilmu Hukum Islam

Oleh

DINDA FATHIA
Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah
NIM : 121209397

Disetujui untuk Diuji/Di*munaqasyah*kan oleh :

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Drs. Jamhuri, MA	**Muhammad Iqbal, SE., MM**
NIP. 196703091994021001	**NIP. 197005122014111001**

IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)

SKRIPSI

Telah Diuji oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S.1) Dalam Ilmu Hukum Islam

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 01 Februari 2018
15 Jumadil Awal 1439 H

Darusssalam-Banda Aceh

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,

Drs. Jamhuri, MA
NIP. 196703091994021001

Sekretaris,

Muhmammad Iqbal, SE., MM
NIP. 197005122014111001

Penguji I,

Dra Rukiah, M. Ali, M.Ag
NIP. 195307171990032001

Penguji II,

Husni A. Jalil, S.HI,MA
NIP: -

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
Darussalam - Banda Aceh

Dr. Khairuddin, S.Ag.,M.Ag
NIP: 197309141997031001

KEMENTERIAN AGAMA REPUPLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Dinda Fathia
NIM	: 121209397
Prodi	: Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas	: Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Januari 2018
Yang Menyatakan

(Dinda Fathia)

ABSTRAK

Nama	: Dinda Fathia
NIM	: 121209397
Fakultas/Prodi	: Syari'ah dan Hukum / Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul	: Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)
Tanggal Sidang	: 01 Februari 2018
Tebal Skripsi	: 69 Halaman
Pembimbing I	: Drs. Jamhuri, MA
Pembimbing II	: Muhammad Iqbal, SE., MM

Katakunci: *Implementasi, Corporate Social Responsibility dan Hukum Islam*

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan wujud kesadaran perusahaan sebagai upaya meningkatkan dan membina hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungannya. Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada dasarnya merupakan bentuk obligasi moral dan etika perusahaan terhadap keberlangsungan pembangunan termasuk kelangsungan bisnis perusahaan. Perusahaan memperoleh keuntungan bukan hanya dalam bentuk finansial melainkan kepercayaan dari masyarakat sekitar dan stakeholders lainnya terhadap perusahaan. Pertanyaan penelitian dalam skripsi ini adalah bagaimana implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh dan bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh. Penulisan skripsi ini menggunakan metode *deskriptif analisis* dan data-data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Data yang dianalisis tersebut didapatkan melalui analisis terhadap beberapa dokumen dan wawancara dengan pihak-pihak terkait dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk mengimplementasikan program CSR dalam wujud PKBL (Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan). Program Kemitraan adalah program pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat, melalui pemberian pinjaman kemitraan untuk modal kerja dan investasi, sedangkan Program Bina Lingkungan, yakni program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat dan peningkatan kualitas hidup. Pelaksanaan PKBL berpedoman pada beberapa prinsip, yakni *accountability* (sasaran yang akan dicapai jelas), *Independent* (pengelolaan secara profesional), *fairness* (memberikan perlakuan yang sama), *transparancy* (semua proses dilakukan secara terbuka), dan *responsibility* (bertanggungjawab). Prinsip tersebut sejalan dengan pelaksanaan CSR menurut perspektif Hukum Islam yang memenuhi unsur *al-'Adl, al-Ihsan,* manfaat dan amanah. Hal tersebut menunjukkan bahwa implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh sudah dapat dikatakan sesuai dengan pelaksanaan CSR dalam perspektif Hukum Islam.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan Alhamdulillah beserta syukur kepada Allah SWT. Karena dengan berkat, *taufiq, syafa'at, inayah* dan hidayah-Nya lah penulis telah dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah ini sebagaimana mestinya. Shalawat beriring salam tidak lupa penulis sanjung sajikan ke pangkuan junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabatnya, karena berkat jasa beliaulah kita dibawa ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Penulisan karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Drussalam Banda Aceh, untuk itu, penulis memilih judul **"Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)"**.

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan ribuan terimakasih terhingga kepada Bapak Drs. Jamhuri, MA sebagai pembimbing I dan Bapak Muhammad Iqbal, SE., MM sebagai pembimbing II, dimana pada saat-saat kesibukannya sebagai dosen di Fakultas Syari'ah senantiasa menyempatkan diri untuk memberikan bimbingan dan pengarahan, sehingga skripsi ini dapat dirampungkan pada waktunya.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum, Dr. Khairuddin, S.Ag., M.Ag., beserta stafnya. Bapak Bismi Khalidin, M.Si selaku ketua Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah, kepada Sekretaris Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah Bapak Edi Darmawijaya M.Ag dan Penasehat Akademik Bapak Drs. Burhanuddin Abd. Gani M.A. yang selalu membantu serta memberikan kemudahan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga studi sejak awal hingga akhir semester. Serta kepada para dosen dan seluruh karyawan/wati yang ada dilingkungan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan semua urusan perkuliahan.

Rasa terima kasih dan penghargaan terbesar penulis hantarkan kepada Ayahanda Usman Nurdin dan Ibunda Nurhasanah, yang telah membesarkan penulis dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang tiada henti, yang selalu memberikan dukungan dari awal perkuliahan hingga akhir. Serta rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada anggota keluarga lainnya Alma Nurullita, dan Muhammad Thabri yang telah memberikan dukungan dan motivasi hingga penulis tetap semangat dalam menyelesaikan perkuliahan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih banyak kepada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Banda Aceh yang telah bersedia dalam memberikan data untuk penelitian ini. Tidak lupa pula penulis ucapkan terimakasih yang setulusnya kepada sahabat-sahabat seperjuangan Zahrul Aini, Zahida Soraya, Nazira, Husna, Dian Kasmala, Rahmad, Rifainur, Nuraina, Novelia dan teman-teman unit tujuh lainnya serta sahabat KPM Gampong Alue Baro, yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam merampungkan tugas akhir ini.

Penulis menyadari, bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak kekurangan baik dari segi isi maupun penulisannya yang sangat jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang, semoga Allah SWT membalas jasa baik yang telah disumbangkan oleh semua pihak. Amin

Banda Aceh, 01 Februari 2018
Penulis

Dinda Fathia
NIM: 121209397

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1	ا	Tidak dilambangkan		16	ط	ṭ	t dengan titik di bawahnya
2	ب	b		17	ظ	ẓ	z dengan titik di bawahnya
3	ت	t		18	ع	‘	
4	ث	ṡ	s dengan titik di atasnya	19	غ	g	
5	ج	j		20	ف	f	
6	ح	ḥ	h dengan titik di bawahnya	21	ق	q	
7	خ	kh		22	ك	k	
8	د	d		23	ل	l	
9	ذ	ż	z dengan titik di atasnya	24	م	m	
10	ر	r		25	ن	n	
11	ز	z		26	و	w	
12	س	s		27	ه	h	
13	ش	sy		28	ء	’	
14	ص	ṣ	s dengan titik di bawahnya	29	ي	y	
15	ض	ḍ	d dengan titik di bawahnya				

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	a
◌ِ	*Kasrah*	i
◌ُ	*Dammah*	u

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
ي◌َ	*Fatḥah* dan ya	ai
و◌َ	*Fatḥah* dan wau	au

Contoh:

كيف : *kaifa* **هول** : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
ا/ي◌َ	*Fatḥah* dan alif atau ya	*ā*
ي◌ِ	*Kasrah* dan ya	ī
ي◌ُ	*Dammah* dan waw	ū

Contoh:

قال : *qāla* **قيل** : *qīla*

رمى : *ramā* **يقول** : *yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

روضة الاطفال	: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
المدينة المنورة ◌	: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*
طلحة	: *ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasikan. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : SK BIMBINGAN SKRIPSI

LAMPIRAN 2 : SURAT PERMOHONAN KESEDIAAN MEMBERI DATA

LAMPIRAN 3 : SURAT KESEDIAAN MEMBERI DATA DARI PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK WITEL ACEH

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL ..... **i**
PENGESAHAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN SIDANG ..... **iii**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
TRANSLITERASI ..... **viii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xii**

BAB SATU: PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Penjelasan Istilah 7
1.5 Kajian Pustaka 8
1.6 Metode Penelitian 10
1.7 Sistematika Pembahasan 15

BAB DUA: KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY **17**
2.1 Pengertian dan Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* 17
2.2 Prinsip Dasar *Corporate Social Responsibility* 23
2.3 Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* 27
2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility* 28
2.5 Konsep Islam Tentang *Corporate Social Responsibility* 34

BAB TIGA: IMPLEMENTASI PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK CABANG BANDA ACEH **44**
3.1 Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk 44
3.2 Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh 50
3.3 Tinjauan Hukum Islam terhadap pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh 55

BAB EMPAT: PENUTUP **61**
4.1 Kesimpulan 61
4.2 Saran-saran 62

DAFTAR KEPUSTAKAAN 63
LAMPIRAN.....66
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....69

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk membina hubungan baik dengan masyarakat. Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) di Indonesia banyak sekali diperbincangkan di kalangan masyarakat dan pelaku bisnis. CSR atau pun TJSP yang diartikan dalam makna yang sama dikarenakan terkandung kata sosial dalam penamaannya. Negara pertama di dunia yaitu Indonesia yang meregulasi aktivitas CSR/TJSP dalam bentuk Undang Undang Perseroan Terbatas atau singkatnya disebut UUPT, yang disahkan oleh Pemerintah pada tanggal 16 Agustus 2007 yang lalu, dalam istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). [1]

Kegiatan atau aktivitas yang bersifat sosial akhirnya dijadikan sebagai kegiatan yang dapat dikatakan wajib bagi perusahaan-perusahaan yang banyak memberikan dampak negatif bagi lingkungan sekitarnya. Dan kegiatan yang bersifat sosial ini kemudian disebut sebagai Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk dari tanggung jawab mereka terhadap

[1] Dwi kartini, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia* (Bandung: Refika Aditama, 2009), hlm. 128

lingkungan sosialnya dimana perusahaan itu berada atau untuk berperilaku etis dan berkontribusi secara positif kepada karyawannya, komunitas dan lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab sosial diarahkan baik ke dalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan. [2]

Tanggung jawab internal diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas yang optimal dan pertumbuhan perusahaan, termasuk juga tanggung jawab yang diarahkan kepada karyawan terhadap kontribusi mereka kepada perusahaan berupa kompensasi yang adil dan peluang pengembangan karir. Sedangkan tanggung jawab eksternal berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang.

Secara umum *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan peningkatan kualitas hidup mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari stakeholders baik secara internal maupun secara eksternal. *Implementasi* CSR merupakan komitmen yang dibangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat. Adanya CSR di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 Undang-Undang

[2] Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Sosial Responsibility)*, (Gresik: Fascho Publishing, 2007) hlm. 8.

tersebut menyebutkan bahwa “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Corporate Social Responsibility atau CSR juga diistilah sebagai suatu tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat berupa kegiatan *filantropi* (menolong orang lain) atau pengembangan komunitas yang biasanya dibuat untuk mengupayakan citra positif perusahaan. CSR merupakan bagian penting dalam menunjang strategi perusahaan, yakni untuk pencapaian citra yang diinginkan serta tujuan komersial.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Menurut Sayyid Qutb, Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, yaitu antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada.

Sebagai agama rahmatan lil alamin, Islam mengatur secara jelas etika dalam melakukan setiap aktivitas bisnis. Islam mengharuskan setiap pelaku usaha untuk selalu berbuat adil dengan menjamin terpenuhinya hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak alam semesta. Oleh karena itu, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. CSR saat ini tidak lagi ditujukan untuk membayar hutang sosial, melainkan

sudah menjadi sebuah tanggung jawab mutlak yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga dan menjalin komunikasi sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh[3] merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyedia layanan dan jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Telkom melaksanakan CSR sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan yang dalam pelaksanaannya mencangkup ke dalam tiga aspek keberlanjutan (*sustainability*), yaitu : ekonomi, sosial, dan lingkungan. Keberlangsungan Telkom Witel Aceh tidak lepas dari peran serta masyarakat yang berdomisili di sekitar wilayah kerja Telkom Witel Aceh. Untuk itu Telkom Witel Aceh menyadari pentingnya membina hubungan baik dengan masyarakat, dengan kata lain Telkom Witel Aceh ada karena masyarakat dan untuk masyarakat. Oleh karena itu Telkom Witel Aceh selalu senantiasa melaksanakan komitmennya dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dengan menggalakkan program CSR yang sejalan pula dengan program pemerintah dewasa ini.

CSR merupakan konsep di mana Telkom Witel Aceh secara sukarela menyumbangkan sesuatu ke arah masyarakat yang lebih baik dari sisi lingkungan hidup yang lebih bersih dengan kata lain CSR pada Telkom Witel Aceh dinamakan *Community Development Center* atau disingkat menjadi CDC. CDC ini merupakan salah satu struktur organisasi yaang bergerak dibidang pengelolaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan atau disebut PKBL. Program

[3] Selanjutnya disebut Telkom Witel Aceh

Kemitraan ini salah satu program untuk alternatif pendanaan bagi usaha mikro. PKBL ini sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan kepada masyarakat khususnya pelaku usaha yang berada di lingkungan perusahaan tersebut.

Kegiatan-kegiatan CDC yang dijalankan Telkom Witel Aceh terus diupayakan agar sesuai dengan konsep dasar CSR, yaitu membantu mengatasi atau mengurangi permasalahan yang terjadi di masyarakat, mengusahakan terjadinya perubahan perilaku masyarakat, dan mengupayakan pencapaian kesejahteraan kehidupan masyarakat.

Aktivitas CDC yang dilakukan Telkom Witel Aceh bertujuan untuk:

1. Mendukung kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan kualitas lingkungan;
2. Mendukung implementasi praktik bisnis yang transparan dan bertanggungjawab;
3. Membuat perubahan positif di tengah masyarakat, khususnya di lingkungan di mana Telkom Witel Aceh beroperasi;
4. Membangun citra positif Telkom Witel Aceh dalam benak masyarakat, dan menggalang dukungan masyarakat untuk tujuan bisnis Telkom Witel Aceh;
5. Meningkatkan nilai brand Telkom Witel Aceh dengan membangun reputasi yang baik;
6. Meningkatkan kesadaran publik tentang Telkom Witel Aceh melalui kegiatan-kegiatan sosial.

Berbagai program CDC telah dilakukan Telkom Witel Aceh, yang direfleksikan dalam berbagai kegiatan, antara lain:

a) Program CSR di bidang ekonomi, yaitu Telkom Witel Aceh melakukan kegiatan Pemberdayaan Ekonomi dalam usaha mikro bagi masyarakat menengah kebawah yang dinamakan Program Kemitraan. Program ini memberikan bantuan berupa pinjaman bergulir modal usaha bagi UKM yang harus dikembalikan dalam periode 2 tahun.
b) Program CSR di bidang Sosial, yaitu Telkom Witel Aceh memberi nama Program Bina Lingkungan. Program ini memberikan bantuan yang bersifat *hibah* atau tidak dikembalikan. Program ini berupa bantuan korban bencana alam, bantuan untuk pendidikan, bantuan fasilitas umum, bantuan fasilitas kesehatan masyarakat, pembangunan dan perbaikan sarana ibadah, bantuan pelestarian lingkungan, dan bantuan pengentasan kemiskinan

Maka dilihat dari program-program Corporate Social Responsibiliti (CSR) yang dilakukan oleh PT.Telkom, apakah penerapan atau implementasi tersebut sudah mencapai hasil maksimal dan memiliki banyak manfaat bagi masyarakat serta lingkungannya dan bagaimana Islam memandang penerapan CSR dilihat dari perspektif hukum Islam. Hal tersebut yang menjadi dasar penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan mengambil suatu penelitian dengan judul **"Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Terhadap PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi permasalahan untuk diteliti adalah:

1. Bagaimanakah implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh ?
2. Bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh;
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Islam terhadap implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh.

1.4 Penjelasan Istilah

Untuk menghindari dan mencegah terjadinya kesalahpahaman dan juga agar pembaca mudah memahami kata kunci dalam penulisan karya ilmiah ini, maka perlu adanya penjelasan istilah yang dianggap perlu, antara lain:

1.4.1 Implementasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, implementasi berarti pelaksanaan atau penerapan.[4] Implementasi yang dimaksud oleh penulis adalah pelaksanaan program CSR oleh Telkom Witel Aceh yang diwujudkan dalam PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan).

1.4.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR), bisa diartikan sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal.[5]

Menurut penulis, CSR adalah bentuk kewajiban setiap perusahaan dalam hal ini Telkom Witel Aceh melaksanakan tanggung jawab sosial yang timbul dari aktivitas perusahaan terhadap masyarakat khususnya komunitas yang berada disekitar perusahaan. Dengan cara ini perusahaan tidak hanya memfokuskan perhatiannya kepada peningkatan kualitas dan profit tetapi juga kepada masyarakat dan lingkungan hidup.

1.5 Kajian Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu dalam kajian pustaka ini penulis memaparkan

---

[4] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008) hlm. 529

[5] Achmad Lamo Said, *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance* (Yogyakarta: Deepublish. 2015) hlm. 23

perkembangan beberapa skripsi dan karya ilmiah terkait dengan penelitian yang penulis lakukan.

Penelitian oleh Bandang Maulana, mengkaji tentang *Implementasi dan Pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Kepada Stakeholders di Perusahaan Pertamina UPMS V Surabaya* menyatakan bahwa berdasarkan hasil uji kredibilitas menunjukkan bahwa mulai dari penerapan, pelaksanaan hingga perkembangannya, Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL) telah dilaksanakan dan dijalankan dengan baik sesuai dengan Peraturan Menteri dan dokumen-dokumen terkait yang ada, meskipun masih terdapat kelemahan pada minimnya SDM, kurangnya pemantauan terhadap Mitra Binaan dan tingginya tingkat kemacetan pengembalian pinjaman.[6]

Penelitian yang dilakukan oleh Aida Yunita (2010) yang berjudul "*Corporate Social Responsibility* Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi terhadap pengembangan pendidikan anak yatim di Jantho)", tulisan ini membahas tentang adanya substansi integrasi konsep antara zakat dan CSR yang mana keduanya memiliki tujuan tertinggi yang sama, yaitu membangun kepedulian sosial antar sesama untuk mencapai kesejahteraan sosial.[7]

---

[6] Bandang Maulana, *Implementasi dan Pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial Kepada Stakeholders di Perusahaan Pertamina UPMS V 2007*. Diakses tanggal 06 Oktober 2016. https://businessenvironment.wordpress.com/2007/03/01/program-corporate-social-responsibility-yang-berkelanjutan/

[7] Aida Yunita, *Corporate Social Responsibility* Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi terhadap pengembangan pendidikan anak yatim di Jantho) (skripsi tidak dipublikasikan, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, UIN Ar-Raniry, 2010).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fahadisaly (2011) mengkaji tentang *Sistem Penjaminan Pada Penyaluran Dana Corporate Social Responsibility Program Kemitraan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Aceh* (Suatu Analisis Menurut Konsep Rahn dalam Fiqh Muamalah). Permasalahan yang diangkat dalam penelitian tersebut adalah bagaimana kesesuaian praktik sistem penjaminan yang diterapkan PT. PLN (Persero) Wilayah Aceh dengan konsep rahn dalam fiqh muamalah.[8]

Berdasarkan hasil penelusuran yang penulis lakukan terdapat beberapa karya ilmiah yang telah ditulis oleh peneliti sebelumnya tentang CSR. Kajian tersebut fokus tentang adanya substansi integrasi konsep antara zakat dan CSR dan program kemitraan yang diwujudkan dalam pinjaman. Namun, belum ada yang membahas tentang pandangan Islam terhadap kegiatan CSR yang dilaksanakan perusahaan. Sehingga pada penelitian ini penulis ingin meneliti tentang Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* dalam Perspektif Hukum Islam (studi pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh).

1.6 Metode Penelitian

Sebuah penelitian sangat dipengaruhi oleh metode penelitian yang dipakai untuk mendapatkan data yang akurat dari objek penelitian tersebut, yang akan dianalisis dan disajikan secara lengkap. Data yang dihasilkan peneliti dalam

[8]Nurul Fahadisaly, *Sistem Penjaminan Pada Penyaluran Dana Corporate Social Responsibility Program Kemitraan Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Aceh* (Suatu Analisis Menurut Konsep Rahn dalam Fiqh Muamalah), (skripsi tidak dipublikasikan, Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam, UIN Ar-Raniry, 2011).

menghasilkan sebuah karya ilmiah harus dapat dipertanggungjawabkan, sehingga benar-benar bermanfaat dan berguna. Untuk mencapai tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode *deskriptif analisis* yaitu menggambarkan secara nyata fakta yang ada di lapangan dan menganalisis program *Corporate Social Responsibility* dengan perspektif Hukum Islam terhadap Telkom Witel Aceh.

1.6.1 Jenis Penelitian

1.6.1.1 Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian Lapangan adalah penelitian dimana penulis melakukan pengumpulan data di lapangan secara langsung pada Telkom Witel Aceh untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden, yaitu manajer CDC Witel Aceh beserta staf-stafnya.

1.6.1.2 Penelitian Pustaka (*library research*)

Penelitian pustaka adalah penelitian yang ditempuh peneliti sebagai upaya untuk penelusuran dasar teori dengan cara mengumpulkan data dari pustaka. Penelitian pustaka tentu saja tidak hanya mengumpulkan literatur atau buku-buku, penelitian pustaka juga merupakan serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka,[9] seperti membaca, mencatat literatur dan lain-lain. Pengumpulan data pustaka diperlukan untuk penyusunan dasar teori, dalam hal ini penulis membaca dan mentelaah buku-buku, dokumen dan sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, sehingga didapatkan bahan atau dasar teori dalam mencari sebuah jawaban.

---

[9] Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan,* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), hlm. 3

1.6.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penulis melakukan penelitian, lokasi yang dipilih yaitu PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh yang kantornya berada di JL. S.A. Mahmudsyah No. 10 – Banda Aceh (23242).

1.6.3 Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data tidak lain adalah suatu proses dari pengadaan data untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam penelitian ilmiah karena pada umumnya, data yang telah dikumpulkan akan berfungsi sebagai pendukung terhadap hasil keseluruhan dari penelitian sehingga referensi memiliki kedudukan yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Dalam melakukan pengumpulan data yang berhubungan dengan objek kajian, baik data primer maupun sekunder.[10] Data primer meliputi data-data yang diperoleh dari perusahaan, seperti nota dinas. Data sekunder dapat diperoleh dari buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka, wawancara, observasi, dan data dokumentasi.

1.6.3.1 Studi Pustaka

Studi Pustaka adalah mencari dan menelaah sejumlah teori-teori mengenai *Corporate Social Responsibility* dan juga mempelajari serta mengumpulkan data dari pustaka yang berhubungan dengan judul penulis.

---

[10] Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Soaial: Berbagai Alternatif Pendekatan,* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 55

1.6.3.2 Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek yang akan akan diteliti.[11] Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung pada Telkom Witel Aceh agar diperoleh data yang akurat dan valid untuk penyusunan penelitian.[12]

1.6.3.3 Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara interviewer dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan.[13] Dalam penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal, yaitu pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara. Dalam hal ini responden yang peneliti wawancarai, yaitu Sdr. Muhammad Zulmi selaku manajer CDC Witel Aceh beserta staf-stafnya.

1.6.3.4 Data Dokumentasi

Data Dokumentasi dapat diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa transkrip, neraca, dan lain sebagainya.[14] Teknik yang dilakukan dengan cara menelaah semua dokumen yaitu data berupa ketentuan tertulis pada Telkom Witel Aceh yang terkait dengan objek penelitian ini.

---

[11] Nazir Muhammad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985) hlm. 212

[12] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 156

[13] Joko Subagyo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) hlm. 39

[14] Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1986), hlm. 201

1.6.4 Sumber Data

Adapun sumber data yang diperoleh oleh penulis dalam membuat karya ilmiah ini adalah:

1.6.4.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu : (1) metode survei dan (2) metode observasi.

1.6.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

1.6.5 Langkah-Langkah Analisis Data

Data yang telah didapatkan dan diteliti, selanjutnya di analisa oleh penulis untuk mengambil suatu kesimpulan aktual. Setelah dilakukan pengumpulan serta pengolahan data, maka selanjutnya akan disusun laporan akhir dari hasil penelitian.

Adapun langkah-langkah dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1.6.5.1 *Editing* atau Penyuntingan

Editing atau Penyuntingan kegiatan ini meliputi pemeriksaan data yang terkumpul, yaitu pemeriksaan terhadap kelengkapan data, relevansi jawaban dan konsistensi jawaban (data) pada penulisan karya ilmiah.

Analisis, merupakan kegiatan terpenting dari setiap kegiatan penelitian dengan tujuan untuk menyederhanakan setiap data yang didapatkan agar menjadi mudah di baca, di pahami dan di interpretasikan dengan baik. Setelah menganalisa data yang telah terkumpul, maka perlu di buat pula penafsiran-penafsiran terhadap fenomena yang terjadi sehingga dapat di ambil kesimpulan yang berguna. Adapun fenomena penulisan karya ilmiah ini adalah merujuk kepada pedoman Karya Tulis Ilmiah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2013 dan Al-Qur'an & Terjemahnya, Departemen Agama RI, Jakarta: Bumi Restu, 1976.

1.7 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman penelitian ini, penulis membagi pembahasannya dalam empat bab yang terdiri dari beberapa sub bab dan secara umum dapat digambarkan sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian yang terdiri dari: jenis penelitian, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, langkah-langkah analisis data, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas tentang konsep *Corporate Social Responsibility* yang memaparkan tentang pengertian dan dasar hukum *Corporate Social Responsibility*, prinsip dasar *Corporate Social Responsibility*, implementasi program *Corporate Social Responsibility*, manfaat *Corporate Social Responsibility*, dan konsep Islam tentang *Corporate Social Responsibility*.

Bab ketiga membahas tentang gambaran umum PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, implementasi program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh, dan tinjauan hukum Islam terhadap pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh.

Bab keempat merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Pada bab ini penulis menjelaskan kesimpulan dari paparan karya ilmiah ini dan juga saran dari penulis untuk kemajuan ke depan yang lebih baik.[15]

[15] Panduan Penulisan Skripsi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Uin Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2013.

BAB DUA

KONSEP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

2.1 Pengertian dan Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility*

2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dihadapkan kepada beberapa tanggung jawab sosial secara simultan untuk memenuhi kontrak sosialnya terhadap masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan *(stakeholders)*, dalam perkembangannya, konsep CSR memang tak memiliki definisi tunggal, ini terkait penerapan dan penjabaran CSR yang dilakukan perusahaan yang juga berbeda-beda. Namun ada beberapa definisi yang dapat di jadikan acuan dalam pengungkapan CSR.

Corporate Social Responsibility atau sering disingkat dengan CSR merupakan istilah yang berasal dari bahasa inggris yang terdiri dari tiga kata yaitu *Corporate* yang berarti perusahaan besar, *Social* yang berarti masyarakat dan *Responsibility* yang berarti pertanggung jawaban.[1] Sehingga CSR berarti sebuah pertanggung jawaban perusahaan besar terhadap masyarakat sekitar perusahaan beroperasi.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* yang dikutip dari Solihin (2009:28) mendefinisikan CSR sebagai "Komitmen bisnis

[1] Materi Belajar, *Apa Itu Program CSR Dan Definisi Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut Para Ahli*, diakses dari http://www.materibelajar.id/2015/12/apa-itu-program-csr-dan-definisi.html, pada tanggal 08 Desember 2016.

untuk secara terus menerus (berkelanjutan) berperilaku etis dan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal, serta masyarakat luas pada umumnya".[2]

Menurut lingkar studi CSR Indonesia definisi CSR, yakni "upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan". Secara implisit, definisi tersebut berarti mengajak perusahaan untuk bersunguh-sungguh dalam upaya memberikan manfaat atas kehadirannya bagi umat manusia saat ini. Meminimalkan dampak negatif adalah bagian dari usaha memberikan manfaat di masa yang akan datang.[3]

Menurut Philip Kotler, CSR dikatakan sebagai *discretionary* yang dalam arti luas berarti sesuatu yang perlu dilakukan. Seandainya tidak dilakukan, akan berakibat merugikan diri sendiri. Namun, hal ini bukanlah suatu peraturan yang diharuskan (saat ini di Indonesia telah diharuskan melalui UU Perseroan). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, CSR bukan sekadar *discretionary*, tetapi suatu komitmen yang merupakan kebutuhan bagi perusahaan yang baik sebagai perbaikan kualitas hidup. Secara filosofis, jika perusahaan berusaha untuk berguna bagi umat manusia maka dalam jangka panjang tentunya akan tetap eksis.[4]

---

[2] Reza Rahman, *Corporate Social Responsibility: antara Teori dan Kenyataan* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), hlm. 10.

[3] Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, Emir Wicaksana, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), hlm. 15.

[4] Nurdizal M. Rachman, Asep Efendi, Emir Wicaksana, *Panduan Lengkap*..., hlm. 15.

The Jakarta Consulting Group mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab sosial yang diarahkan baik ke dalam (internal) maupun ke luar (eksternal). Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.[5]

CSR disebutkan pada Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, di dalam pasal 1 ayat 3 yang berisi "Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya".[6]

Menurut Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.[7]

Menurut Prastowo dan Huda, CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh.

---

[5]A.B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 11.

[6] Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*, Bab I, pasal 1, ayat 3.

[7] Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperolah keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.[8]

Dari berbagai macam definisi di atas, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau yang saat ini disebut CSR adalah kewajiban perusahaan dalam mentaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

2.1.2 Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility*

Landasan hukum yang menyangkut CSR terdapat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berisi peraturan mengenai diwajibkannya melakukan CSR. Direksi yang bertanggung jawab bila ada permasalahan hukum yang menyangkut perusahaan & CSR. Selain itu Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pasal 15 huruf (b) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal

[8] Joko Prastowo, Miftachul Huda, *Corporate Social Responsibility (Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis)* (Yogyakarta: Samudera Biru, 2011), hlm. 17

untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.[9]

Pasal 1 angka 3 UUPT, tangung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang baru. Undang-undang ini disahkan dalam sidang paripurna DPR.

Di Indonesia, CSR semakin menguat setelah dinyatakan dengan tegas dalam UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dimana dalam pasal 74 antara lain diatur bahwa :

1. Ayat 1 : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Ayat 2 : Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Ayat 3 : Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ayat 4 : Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. [10]

---

[9] Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal*, Bab IX, pasal 15 (b).

[10] Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*, Bab V, pasal 74.

Menurut Edi Suharto, peraturan tentang PKBL yang relatif lebih terperinci adalah UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN. UU ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No. : Per-09/MBU/07/2015 yang mengatur mulai dari besaran dana hingga tatacara pelaksanaan CSR. Dalam UU BUMN dinyatakan bahwa selain mencari keuntungan, peran BUMN adalah juga memberikan bimbingan bantuan secara aktif kepada pengusaha golongan lemah, koperasi dan masyarakat.[11]

Selanjutnya, Permeneg BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba bersih perusahaan sebesar maksimal 2% yang dapat digunakan untuk Program Kemitraan ataupun Bina Lingkungan.

Untuk pelaksanaan PKBL di BUMN, diatur dalam Pasal 2 dan Pasal 88 UU No. 19/2003 tentang BUMN sebagai berikut:

a. Pasal 2 ayat (1) huruf e, salah satu maksud dan tujuan pendirian BUMN adalah turut aktif memberikan bimbingan dan bantuan kepada pengusaha golongan ekonomi lemah, koperasi, dan masyarakat.
b. Pasal 88 ayat (1), BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN.
c. Pasal 88 ayat (2), Ketentuan lebih lanjut mengenai penyisihan dan penggunaan laba sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) diatur dengan Keputusan Menteri.

[11] Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR* (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), hlm.

Selanjutnya dalam butir 5 Pasal 1 UU No.19/2003 tersebut dinyatakan Menteri adalah menteri yang ditunjuk dan/atau diberi kuasa untuk mewakili pemerintah selaku pemegang saham negara pada Persero dan pemilik modal pada Perum dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan PKBL yang diatur oleh Menteri Negara BUMN No : Per-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan.

Terbitnya UU No.40/2007 tentang Perseroan Terbatas yang antara lain mengatur kewajiban pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi Perseroan Terbatas di satu pihak dan berlakunya kewajiban BUMN melaksanakan PKBL di lain pihak menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda karena pada dasarnya kedua hal tersebut mengatur tentang tanggung jawab perseroan. Oleh karena itu diperlukan suatu kajian mengenai hal tersebut agar tidak menimbulkan kerancuan dalam implementasinya bagi perusahaan BUMN di masa datang.

2.2 Prinsip Dasar *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan melalui program-program yang bermanfaat bagi lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang dikenal dengan *triple bottom lines* oleh Eklington:

1. *Profit* (keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit atau mendongkrak harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Inilah bentuk tanggung jawab ekonomi yang paling esensial terhadap pemegang saham.

Profit sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan aktivitas yang dapat ditempuh untuk mendongkrak *profit* antara lain dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin.

Peningkatan produktivitas bisa diperoleh dengan memperbaiki manajemen kerja mulai penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Termasuk juga menggunakan material sehemat mungkin dan memangkas biaya serendah mungkin.

2. *People* (Masyarakat Pemangku Kepentingan)

Menyadari bahwa masyarakat merupakan stakeholders penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat terutama masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu perlu juga disadari bahwa operasi

perusahaan berpotensi memberi dampak kepada masyarakat. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika ingin eksis dan akseptabel maka perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial.

Dalam hal bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat syarat perlu (*necessary condition*), yang didasarkan atas pilihan sendiri, bukan karena "dipaksa" oleh aturan atau "tekanan" masyarakat dan datang dari niat baik yang tulus.

Untuk memperkokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial ini perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi masa depan. Artinya, CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya (*cost centre*), melainkan sentra laba (*profit centre*) di masa mendatang. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik, timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksitensi perusahaan.

3. *Planet* (Lingkungan)

Unsur ketiga yang mesti diperhatikan juga adalah planet atau lingkungan. Jika perusahaan ingin eksis dan akseptabel maka harus disertakan tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang dalam kehidupan manusia. Semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia sebagai makhluk hidup selalu berkaitan dengan lingkungan misalnya air yang diminum, udara yang dihirup, seluruh peralatan yang digunakan, semuanya berasal dari lingkungan.

Hubungan manusia dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, di mana jika manusia merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada manusia. Sebaliknya, jika manusia merusaknya, maka manusia akan menerima akibatnya. Dengan kata lain, apa yang dilakukan manusia terhadap lingkungan tempat tinggalnya pada akhirnya akan kembali kepada manusia sesuai dengan apa yang telah dilakukan manusia. Apakah manusia akan menerima manfaat atau justru menderita kerugian, semuanya bergantung pada bagaimana manusia menjaga lingkungan.

Namun sayangnya, sebagian besar dari manusia masih kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Hal ini antara lain disebabkan karena tidak ada keuntungan langsung di dalamnya. Keuntungan merupakan inti dari dunia bisnis dan itu merupakan hal yang wajar. Maka, manusia melihat banyak pelaku industri yang hanya mementingkan bagaimana menghasilkan uang sebanyak-banyaknya tanpa melakukan upaya apapun untuk melestarikan lingkungan. Padahal, dengan melestarikan lingkungan, manusia justru akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, di samping ketersediaan sumber daya yang lebih terjamin kelangsungannya.

Sebaliknya, kurangnya kepedulian terhadap lingkungan kerap harus dibayar dengan harga yang mahal dengan timbulnya beragam penyakit, bencana lingkungan atau kerusakan alam lainnya. Mendongkrak laba dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi memang penting, namun tak kalah pentingnya juga memperhatikan konsep lingkungan. Di sinilah perlunya penerapan konsep triple bottom line aatu 3BL, yakni *profit, people* dan *planet*. Dengan kata lain, “jantung

hati" bisnis bukan hanya *profit* (laba) saja, tetapi juga *people* (manusia) dan *planet* (lingkungan).

Uraian yang diberikan di atas menunjukkan bahwa keuntungan ekonomis tidak pernah dapat dipisahkan dalam kerangka pelaksanaan CSR, oleh karena tujuan dari pelaksanaan CSR itu sendiri adalah pembangunan berkelanjutan bagi perusahaan. Melaksanakan CSR bukan berarti mengurangi kesejahteraan seluruh stakeholders, oleh karena itu maka aspek ekonomis juga harus menjadi pertimbangan bagi yang melaksanakan CSR.

2.3 Implementasi Program *Corporate Social Responsibility*

Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Dan setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal kesadaran akan berbagai isu berkaitan dengan CSR serta seberapa banyak hal yang telah dilakukan dalam mengimplementasikan pendekatan CSR.

lmplementasi CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profit risiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktivitas- aktivitas yang berkaitan dengan pelanggan, karyawan, komunitas, dan lingkungan sekitar, yang merupakan titik awal yang sangat baik menuju pendekatan CSR yang lebih luas. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya

yang dimiliki oleh perusahaan. Aktivitas CSR perlu diintegrasikan dengan pengambilan keputusan inti, strategi, aktivitas, dan proses manajemen perusahaan.

Meskipun tidak terdapat standar atau praktik-praktik tertentu yang dianggap terbaik dalam pelaksanaan aktivitas CSR, namun kerangka kerja (*framework*) yang luas dalam pengimplementasian lingkungan. Kerangka kerja yang disodorkan oleh industri Kanada dapat dijadikan panduan. Kerangka kerja ini mengikuti model "*plan, do, check,* dan *improve*" dan bersifat fleksibel, artinya dapat disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi oleh masing-masing perusahaan.[12]

2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan harus dapat memadukan antara keuntungan ekonomis dengan keuntungan sosial dalam praktik bisnisnya. Secara ekonomis, perusahaan berusaha mendapatkan keuntungan sebagai bagian dari motivasi bisnis sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan karena keuntungan merupakan esensi bisnis. Sementara itu, secara sosial perusahaan juga harus memberikan dampak yang menguntungkan kepada masyarakat dengan berbagai sumber daya sehingga keberadaannya mendapatkan legitimasi secara sosial.[13]

Program-program sosial yang dilakukan oleh perusahaan, disamping bertujuan untuk membantu dan mensejahterakan masyarakat, juga bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan, yang akhirnya dapat menjamin keberlangsungan

[12] Ab. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategic Management dalam CSR* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 48.

[13] Fajar Nursahid, *CSR Bidang Kesehatan & Pendidikan Mengembangkan Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Indonesia Business Links, 2008), hlm. 99.

perusahaan dari hambatan-hambatan operasi perusahaan yang ditimbulkan oleh hubungan yang kurang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat.

2.4.1. Manfaat bagi Perusahaan

Bagi perusahaan, keseluruhan aktivitas sosial yang dilakukan dengan memberikan kontribusi terhadap pengembangan kualitas SDM dan kesejahteraan masyarakat, seperti program di bidang pendidikan dan kesehatan, pemberian dana untuk modal usaha kecil dan lain sebagainya. Hal ini bermanfaat bagi reputasi bisnis perusahaan itu sendiri, mengingat sulitnya membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan, dan besarnya pengaruh untuk menumpang kelangsungan bisnis.

Masih banyak dari pelaku bisnis yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial, karena mempunyai anggapan bahwa hal tersebut tidak menguntungkan perusahaan secara ekonomi. Dapat ditegaskan bahwa praktik CSR dapat mendongkrak reputasi dan mendukung bisnis perusahaan, manfaat CSR memang tidak memberikan dampak ekonomis secara langsung dan *instant*, melainkan dalam jangka panjang.

Pada dasarnya, dengan melakukan CSR perusahaan akan sangat diuntungkan dalam jangka panjang, karena pada hakekatnya CSR adalah investasi bisnis dan oleh karena itu dapat digolongkan ke dalam *investment center*. Artinya, dengan CSR yang berkelanjutan perusahaan sebenarnya sedang melakukan investasi sosial (*social investment*) yang dapat berbuah pada kelancaran operasi perusahaan yang bersangkutan.

Manfaat praktik CSR dapat diperoleh baik secara langsung atau tidak langsung. Manfaat secara tidak langsung, CSR bisa meredam isu-isu yang tidak menguntungkan terkait dengan operasional perusahaan. Ketika terjadi demo misalnya, justru yang meredam adalah masyarakat sendiri yang menjadi *beneficiaries* perusahaan. Apabila pelaksanaan CSR berhasil maka akan membawa dampak kelangsungan operasi bisnis perusahaan. Masyarakat yang mendapatkan manfaat atau keuntungan dari keberadaan perusahaan dengan sendirinya akan turut menjaga keberadaan perusahaan. CSR dapat menjadi pagar pengaman sosial dari masyarakat terhadap perusahaan dari berbagai akibat tindakan yang kurang menguntungkan. Sebaliknya jika reputasi perusahaan buruk karena pertanggungjawaban sosialnya tidak dikelola dengan baik, maka masyarakat sekitarlah yang menjadi musuh utama. Dengan begitu operasi bisnisnya pun tidak pernah merasa aman karena setiap saat menghadapi berbagai keluhan masyarakat yang akhirnya akan merugikan bisnis itu sendiri. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa praktik pelaksanaan CSR yang baik akan mendatangkan keuntungan ekonomis dan sosial yang tidak ternilai.[14]

Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perusahaan, akan tetapi juga bagi kelangsungan eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, keuntungan dapat diraih perusahaan melalui program-program CSR seperti dapat mengurangi biaya, mengurangi risiko, membentuk reputasi, membangun modal sosial, dan

[14] Fajar Nursahid, *CSR Bidang Kesehatan & Pendidikan…*, hlm. 102.

meningkatkan akses pasar lebih luas dengan *image* perusahaan yang baik dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitarnya.[15]

A.B. Susanto dalam bukunya *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*, memaparkan beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR yaitu:

1. Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan (*reduces risk and accusations of irresponsible behavior*). Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan, ketika terdapat pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan menjalankan perilaku serta praktik-praktik yang tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaannya. Karyawanpun akan membela institusi tempat mereka bekerja.
2. CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis (*helps cushions and vaccinate during time of crisis*). Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring atau ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat akan lebih mudah memahami dan memaafkannya, sehingga tidak mempengaruhi aktivitas dan kinerja perusahaan.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan (*enhances employee engagement and pride*). Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan karyawan tersebut akan meningkatkan motivasi bekerja lebih keras demi kemajuan perusahaan. Hal ini akan berdampak pada peningkatan kinerja dan produktivitas.
4. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya (*improve relations with stakeholder*). Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemajuan yang mereka raih. Hal ini mengakibatkan para *stakeholder* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.
5. Meningkatnya penjualan (*sales increase*). Masyarakat atau konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

[15] Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam…*, hlm. 191.

6. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya (*other incentive : tax, preferred treatment*). Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.[16]

2.4.2. Manfaat bagi masyarakat

Bagi masyarakat, program-program CSR yang dilakukan oleh perusahaan memberikan manfaat baik bagi masyarakat yang menerima manfaat (*beneficiaries*) secara langsung maupun tidak langsung. Dalam konteks pengembangan SDM, perusahaan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat di bidang pendidikan berupa peningkatan mutu pendidikan seperti yang dilakukan PT Freeport Indonesia (PTFI), melalui program beasiswa, peningkatan mutu guru, serta merekrut guru baru sehingga mampu meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat setempat.

Adanya program pengembangan kualitas SDM. Perusahaan juga memberikan manfaat dalam penyerapan tenaga kerja lokal, tenaga kerja tersebut dibentuk terlebih dahulu melalui sejumlah program peningkatan kualitas yang dilakukan di internal perusahaan. Seperti pemagangan atau pelatihan keterampilan, melalui program ini masyarakat setempat dilatih dan dibekali untuk menjadi karyawan yang berkompeten, sehingga dapat menjadi bagian dari tenaga kerja PTFI, dan PTFI telah berhasil memberikan kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja lokal.[17]

Manfaat lainnya yang dapat dirasakan masyarakat adalah peningkatan mutu kesehatan seperti yang dilakukan oleh PT Riau Andalan Pulp and Paper,

[16] A.B. Susanto, *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility…*, hlm. 14.
[17] Fajar Nursahid, *CSR Bidang Kesehatan & Pendidikan…*, hlm. 61.

melakukan kegiatan penyuluhan dan pengobatan massal, sunatan massal, distribusi paket gizi dan imunisasi kepada ibu hamil dan balita. Begitu pula yang dilakukan oleh PT Kaltim Prima Coal yang melaksanakan operasi bibir sumbing, sehingga menumbuhkan rasa percaya diri bagi mereka yang mendapatkan pengobatan serta dapat menjalankan kegiatannya kembali.[18]

Manfaat CSR juga dapat dirasakan oleh masyarakat di bidang ekonomi. Pengelolaan program yang dilakukan melalui kemitraan dengan lembaga-lembaga masyarakat melalui penyaluran dana investasi atau bantuan permodalan. Masyarakat mendapat manfaat karena terjadi penguatan kelembagaan yang bersangkutan. Seperti yang dilakukan oleh PT Kaltim Prima Coal dengan membentuk sebuah Lembaga Kredit Mikro Koperasi Simpan Pinjam (LKM-KSP). Begitu pula yang dilakukan oleh PT HM Sampoerna Tbk, dengan membentuk Program Pemberdayaan Masyarakat Desa (P2MD), melalui penyaluran dana bergulir untuk usaha mikro.[19]

Adapun manfaat di bidang lingkungan adalah pelestarian lingkungan. Seperti yang dilakukan oleh Aqua Lestari dalam rangka memberdayakan masyarakan melalui penghijauan, pengelolaan sampah terpadu, pertanian organik, dan air bersih. PT Unilever Indonesia juga melakukan hal yang sama, dengan berpartisipasi dalam proyek kali bersih, dan program kampanye pelestarian lingkungan melalui penghijauan dan pengelolaan sampah.[20]

---

[18] Jackie Ambadar, *CSR dalam Praktik di Indonesia* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo), hlm. 106.

[19] Jackie Ambadar, *CSR dalam Praktik…*, hlm. 132.

[20] Fajar Nursahid, *CSR Bidang Kesehatan & Pendidikan…*, hlm. 47.

Keberadaan perusahaan juga berperan sebagai dinamisator kehidupan masyarakat sekitar. Masyarakat yang dulu hidup terpencil dan terisolasi mulai mampu dan mempunyai kebutuhan untuk bersosialisasi secara masif. Dalam konteks pelaksanaan, masyarakat semula bersikap meminta bantuan tanpa arah kemudian lambat laun berubah dan berkembang menjadi kemampuan untuk menyampaikan apa yang menjadi kebutuhan sebenarnya. Secara tidak langsung ini merupakan bentuk manfaat yang diterima masyarakat dari perusahaan.

Kalangan perusahaan pun menyadari bahwa pengembangan dan pemberdayaan masyarakat merupakan aspek lingkungan strategis yang perlu diperhatikan sama pentingnya dengan upaya perusahaan menghasilkan *profit* itu sendiri. Dalam upaya pemberdayaan SDM masyarakat harus terlibat langsung, hal ini penting mengingat bahwa salah satu indikator keberhasilan program CSR adalah keterlibatan masyarakat dan dampaknya dalam memberikan manfaat dalam jangka panjang dan berkelanjutan.[21]

2.5 Konsep Islam tentang Corporate Social Responsibility

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

[21] Jackie Ambadar, *CSR dalam Praktik…*, hlm. 107-114.

Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain:

1. Pelaku-pelaku Organisasi, meliputi:

a. Hubungan Perusahaan dengan Pekerja

1) Keputusan Perekrutan, Promosi, dll bagi pekerja.

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

2) Upah yang Adil.

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

3) Penghargaan terhadap keyakinan pekerja.

Prinsip umum tauhid atau keesaan berlaku untuk semua aspek hubungan antara perusahaan dan pekerjaannya. Pengusaha Muslim tidak boleh memperlakukan perkerjaannya seolah-olah Islam tidak berlaku selama waktu kerja. Sebagai contoh, pekerja Muslim harus diberi waktu untuk mengerjakan shalat, tidak boleh dipaksa untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan aturan moral Islam, harus di beri waktu istirahat bila mereka sakit dan tidak dapat bekerja, dan lain-lain. Untuk menegakkan keadilan dan keseimbangan, keyakinan para pekerja non-muslim juga harus dihargai.[22]

4) Hak Pribadi.

[22] Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 65.

Jika seorang pekerja memiliki masalah fisik yang membuatnya tidak dapat mengerjakan tugas terentu atau jika seorang pekerja telah berbuat kesalahan di masa lalu, sang majikan tidak boleh menyiarkan berita tersebut. Hal ini akan melanggar hak pribadi sang pekerja.[23]

b. Hubungan Pekerja dengan Perusahaan

Berbagai persoalan etis mewarnai hubungan antara pekerja dengan perusahaan, terutama berkaitan dengan persoalan kejujuran, kerahasiaan, dan konflik kepentingan. Dengan demikian, seorang pekerja tidak boleh menggelapkan uang perusahaan dan juga tidak boleh membocorkan rahasia perusahaan kepada orang luar. Praktek tidak etis lain terjadi jka para manajer menambahkan harga palsu untuk makanan dan pelayanan dlam pembukuan keuanan perusahaan mereka. Beberapa dari mereka melakukan penipuan karena merasa dibayar rendah dan ingin mendapatkan upah yang adil. Pada saat yang lain, hal ini dilakukan hanya karena ketamakkan. Bagi para pekerja Muslim, Allah Swt., memberikan peringatan dalam Alquran surah al-A'raaf ayat 33 :

قُلۡ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ ٱلۡفَوَٰحِشَ مَا ظَهَرَ مِنۡهَا وَمَا بَطَنَ وَٱلۡإِثۡمَ وَٱلۡبَغۡيَ بِغَيۡرِ ٱلۡحَقِّ وَأَن تُشۡرِكُواْ بِٱللَّهِ مَا لَمۡ يُنَزِّلۡ بِهِۦ سُلۡطَٰنٗا وَأَن تَقُولُواْ عَلَى ٱللَّهِ مَا لَا تَعۡلَمُونَ ٣٣

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

[23] *Ibid*., hlm. 67.

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

c. Hubungan Perusahaan dan Pelaku Usaha Lain

1) Distributor

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

2) Pembeli atau Konsumen

Pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar.mereka juga harus di beri tau bila terdapat kekurangan kekurangan pada suatu barang Islam melarang praktek praktek di bawah ini ketika berhubungan dengan konsumen atau pembeli:[24]

a) Penggunaan alat ukur atau timbanagan yang tidak tepat;
b) Penimbunan dan manipulasi harga;
c) Penjualan barang palsu atau rusak;
d) Bersumbah palsu untuk mendukung sebuah penjualan;
e) Membeli barang curian; dan
f) Larangan mengambil bunga atau riba.

[24] Darmawati, *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam* (MAZAHIB: Vol. XIII, No. 2, 2014) hlm. 133

3) Pesaing

Meskipun negara negara barat menyatakan diri sebagai kawasan berdasarkan prinsip persaingan pasar, publikasi publikasi bisnis utama akan memperlihatkan bahwa sebuah bisnis akan brusaha memenangkan dirinya dan mengeliminasi para pesaingnya. Dengan mengeliminasi para pesaingnya, sebuah perusahaan selanjutnya akan dapat memperoleh hasil ekonomi di atas rata rata melalui praktek praktek penimbunan dan monopoli harga.

2. Lingkungan Alam

Kaum muslim selalu didorong untuk menghargai alam. Bahkan, Allah SWT telah menunjuk keindahan alam sebagai salah satu dari tanda-tanda-Nya. Islam menekankan peran manusia atas lingkungan alam dengan membuatnya bertanggung jawab terhadap lingkungan sekelilingnya sebagai khalifah Allah SWT. Dalam peranannya sebagai khalifah, seorang pengusaha Muslim diharapkan memelihara lingkungan alamnya. Kecenderungan mutakhir paham environmentalisme bisnis, dimana sebuah usaha secara proaktif memberi perhatian sangat cermat dalam memperhatikan lingkungan, sebenarnya bukan merupakan suatu yang baru. Sejumlah contoh semakin memperjelas betapa pentingnya hbungan Islam dengan lingkungan alam, perlakuan terhadap binatang, polusi lingkungan dan hak-hak kepemilikan, dan polusi lingkungan terhadap sumber-sumber alam “bebas” seperti misalnya udara dan air.

3. Kesejahteraan Sosial Masyarakat

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

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

Corporate Social Responsibility (CSR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrum*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur

[25] Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis…*, hlm. 87.

yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu: [26]

a. *Al-'Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta pejanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an Surah Huud ayat 85:

وَيَٰقَوْمِ أَوْفُوا۟ ٱلْمِكْيَالَ وَٱلْمِيزَانَ بِٱلْقِسْطِ ۖ وَلَا تَبْخَسُوا۟ ٱلنَّاسَ أَشْيَآءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا۟ فِى ٱلْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: "*Dan Syuaib berkata : "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan lah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan"*.

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu), *ihtikar* (menimbun barang) yang akan merugian pihak lain.

b. *Al-Ihsan*

[26] Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 45.

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 195:

وَأَنفِقُواْ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ وَلَا تُلۡقُواْ بِأَيۡدِيكُمۡ إِلَى ٱلتَّهۡلُكَةِۛ وَأَحۡسِنُوٓاْۛ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُحۡسِنِينَ ١٩٥

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

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

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteran masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Konsep manfaat dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan

tidak statis misalnya terkait bentuk philanthropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Allah SWT dalam al-Qur'an surah an-Nisaa` ayat 58 menerangkan:

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا بَصِيرٗا ٥٨

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

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

perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dll. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

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

1) Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan stakeholder.
2) Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam
3) Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum

Islam sangat mendukung CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehinga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.

BAB TIGA

IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK CABANG BANDA ACEH

3.1 Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) adalah Suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa telekomunikasi. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk menyediakan sarana dan jasa layanan telekomunikasi dan informasi kepada masyarakat luas sampai kepelosok daerah di seluruh Indonesia. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk di Indonesia pertama kali berawal dari sebuah badan usaha swasta penyediaan layanan pos dan telegrap yang didirikan kolonial Belanda pada tahun 1882. Pada tahun 1905 pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan telekomunikasi sebanyak tiga puluh delapan perusahaan. Kemudian Pada tahun 1906 pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan Pos, Telegrap dan Telepon (Post, Telegraph en Telephone Dienst/ PTT).

Pada tahun 1961 status jawatan diubah menjadi perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 pemerintah memisahkannya menjadi perusahan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Pada tahun 1974 Perusahaan Negara Telekomunikasi disesuaikan menjadi perusahaan Umum

Telekomunikasi (PERUMTEL) yang menyelenggarakan jasa Telekomunikasi Nasional dan Internasional.

Pada tahun 1980 Indonesia mendirikan suatu badan usaha untuk jasa Telekomunikasi Internasional yang bernama PT. Indonesian Satelite Corporation (INDOSAT) yang terpisah dari PERUMTEL. Pada tahun 1989 pemerintah Indonesia mengeluarkan UU No.3 Tahun 1989 mengenai Telekomunikasi, yang isinya tentang peran swasta dalam penyelenggaraan Telekomunikasi. Pada tahun 1991 PERUMTEL berubah bentuk menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25 Tahun 1991 sampai sekarang.

Perubahan di lingkungan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk terus berlanjut mulai dari perusahan jawatan sampai perusahaan publik. Perubahan-perubahan besar terjadi pada tahun 1995 meliputi; (1) Restrukturisasi Internal; (2) Kerjasama Internal; (3) Intial Publik Offering (IPO). Jenis usaha PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah penyelenggara jasa Telekomunikasi dalam negeri dan bidang usaha terkait seperti jasa sistem Telepon Bergerak (STBS) sirkuit pelanggan, teleks, penyewaan transpoder satelit, VSAT (Very Small Apenture Terminal) dan jasa nilai tambah tertentu.

Pada tanggal 1 Juli 1995 organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk berhasil menrekstruktur jenis jasa telekomunikasi menjadi tujuh divisi regional dan satu divisi network yang keduanya mengelola bidang usaha utama. Divisi regional sebagai pengganti struktur WITEL yang memiliki daerah teritorial tertentu, namun hanya menyelenggarakan jasa telepon lokal dan mendapat bagian

dari jasa SLJJ dan SLI. Divisi network menyelenggarakan jasa telekomunikasi jarak jauh. [1]

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak, komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk cloud-based and server-based managed services, layanan e-Payment dan IT enabler, e-Commerce dan layanan portal lainnya.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:[2]

a. Usaha Utama

1. Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual / menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

---

[1] Erfi Arfiana, "*Implementasi Program Bina Lingkungan Pada PT. Telkom Wilayah Aceh Ditinjau Menurut Konsep Hibah*", (Banda Aceh: IAIN Ar-Raniry, 2012)

[2] Telkom Indonesia, "*Riwayat Singkat Telkom*", (http://www.telkom.co.id/riwayat-singkat-telkom.html, diakses 18 Desember 2016)

2. Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

b. Usaha Penunjang

1. Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.

2. Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

Portofolio bisnis PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk meliputi:[3]

a. Telecommunication

Telekomunikasi merupakan bagian bisnis legacy Telkom. Sebagai ikon bisnis perusahaan, Telkom melayani sambungan telepon kabel tidak bergerak Plain Ordinary Telephone Service (”POTS”), telepon nirkabel tidak bergerak, layanan komunikasi data, broadband, satelit, penyewaan jaringan dan interkoneksi, serta telepon seluler yang dilayani oleh Anak Perusahaan Telkomsel. Layanan telekomunikasi Telkom telah menjangkau beragam segmen pasar mulai dari pelanggan individu sampai dengan Usaha Kecil dan Menengah (“UKM”) serta korporasi.

[3] Telkom Indonesia, *“Tentang Telkom”*, (http://www.telkom.co.id/tentang-telkom diakses 18 Desember 2016)

b. Information

Layanan informasi merupakan model bisnis yang dikembangkan Telkom dalam ranah New Economy Business (“NEB”). Layanan ini memiliki karakteristik sebagai layanan terintegrasi bagi kemudahan proses kerja dan transaksi yang mencakup Value Added Services (“VAS”) dan Managed Application/IT Outsourcing (“ITO”), e-Payment dan IT enabler Services (“ITeS”).

c. Media

Media merupakan salah satu model bisnis Telkom yang dikembangkan sebagai bagian dari NEB. Layanan media ini menawarkan Free To Air (“FTA”) dan Pay TV untuk gaya hidup digital yang modern.

d. Edutainment

Edutainment menjadi salah satu layanan andalan dalam model bisnis NEB Telkom dengan menargetkan segmen pasar anak muda. Telkom menawarkan beragam layanan di antaranya Ring Back Tone (“RBT”), SMS Content, portal dan lain-lain.

e. Services

Services menjadi salah satu model bisnis Telkom yang berorientasi kepada pelanggan. Ini sejalan dengan Customer Portfolio Telkom kepada pelanggan Personal, Consumer/Home, SME, Enterprise, Wholesale, dan Internasional.

Sebagai perusahaan telekomunikasi, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk terus mengupayakan inovasi di sektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi di antara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis

legacy sampai New Wave Business. Untuk meningkatkan business value, pada tahun 2012 Telkom Group mengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service). Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki empat anak perusahaan, yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel).

Adapun visi PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yaitu menjadi perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan Telecommunication, Information, Media, Edutainment dan Services ("TIMES") di kawasan regional. Dan misinya adalah menyediakan layanan TIMES yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif dan menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia. Visi dan Misi tersebut ditetapkan berdasarkan keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012.[4]

Unit-unit bisnis PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk terdiri dari Divisi, Centre, Yayasan dan Anak Perusahaan. Adapun divisi yang tersedia di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yaitu:

1. Divisi Long Distance
2. Carrier dan Interconnection Service
3. Divisi Multimedia
4. Divisi Fixed Wireless Network
5. Enterprise Service
6. Divisi Regional I – Sumatera
7. Divisi Regional II – Jakarta
8. Divisi Regional III – Jawa Barat
9. Divisi Regional IV – Jawa Tengah dan Yogyakarta

[4] Telkom Indonesia, "*Visi Misi dan Tujuan*", (http://www.telkom.co.id/visi-misi-dan-tujuan.html diakses 18 Desember 2016)

10. Divisi Regional V- Jawa Timur
11. Divisi Regional VI – Kalimantan
12. Divisi Regional VII – Kawasan Timur Indonesia
13. Maintenance Service Centre
14. Training Centre
15. Carrier Development Support Centre
16. Management Consulting Centre
17. Construction Centre
18. I/ S Centre
19. R and D Centre
20. Community Development Centre (CDC)

Community Development Centre (CDC) inilah merupakan salah satu unit pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang menjalankan *Corporate Social Responsibility* melalui Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan.

3.2 Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh

Dalam rencana mengatasi masalah sosial dan lingkungan, mewujudkan pertumbuhan berkelanjutan diperlukan sebagai landasan yang kuat bagi sebuah perusahaan. Untuk itu adanya *corporate social responsibility* dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan yang harus dijalankan di atas suatu program dengan memperhatikan kebutuhan dan keberlanjutan program dalam jangka panjang. Tanggung jawab perusahaan terhadap kepentingan publik dapat diwujudkan melalui pelaksanaan program-program CSR yang berkelanjutan dan menyentuh langsung aspek-aspek kehidupan masyarakat.

Sebagai salah satu BUMN terbesar di Indonesia, Telkom Witel Aceh memiliki dua tanggung jawab besar, pertama untuk meningkatkan profit dalam rangka meningkatkan pendapatan negara melalui pajak dan deviden, sedangkan yang kedua adalah melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Implementasi Program CSR Telkom Witel Aceh diwujudkan melalui Program pemberdayaan masyarakat dan lingkungan atau lebih dikenal dengan sebutan PKBL (Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan), sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Menteri Negara BUMN No : Per-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan.

Program Kemitraan ditujukan untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil Mitra Binaan Telkom, agar menjadi tangguh dan mandiri sekaligus memberikan *multiplier effect* bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar wilayah operasi Telkom. Kemitraan dijalin dengan melibatkan UMKM yang sudah memenuhi kriteria menurut pihak Telkom Witel Aceh. Hal tersebut diharapkan akan dapat mendukung kegiatan usaha Telkom maupun mitra bisnis. Sedangkan Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat di sekitar wilayah operasi Telkom yang bersifat hibah[5].

Semangat Telkom dalam melaksanakan PKBL merupakan bentuk komitmen tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Banyak Mitra Binaan PKBL Telkom yang telah mandiri dan tangguh. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pesatnya perkembangan usaha mereka.

Salah satu Bukti nyata keberhasilan program kemitraan pada UMKM Binaan Telkom dapat kita lihat dari kemajuan dan perkembangan kelompok usaha oleh-oleh khas Aceh Besar di desa Lampisang, Kec. Peukan Bada, Aceh besar. Untuk memperkuat penelitiannya, peneliti telah melakukan wawancara

[5] Wawancara dengan Muhammad Zulmi, tanggal 8 Agustus 2016 di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Aceh

kepada beberapa pemilik usaha oleh-oleh khas Aceh tersebut. Dari hasil wawancara[6] di peroleh informasi bahwa bantuan yang di berikan Telkom melalui program kemitraan berjalan sesuai tujuan yang ingin dicapai. Pinjaman melalui program kemitraan dapat dikelola dengan baik. Telkom memantau secara langsung perkembangan kegiatan usaha dan program pelatihan untuk semua kelompok usaha juga berjalan lancar. Kelompok usaha oleh-oleh khas Aceh di Desa Lampisang telah menunjukkan kemajuan yang berarti terutama dalam hal pencapaian kesejahteraan kelompok usahanya.

Keberhasilan PKBL dalam mengelola para Mitra Binaan juga terlihat dengan berbagai penghargaan yang diperoleh. Penghargaan tersebut menunjukkan bahwa keseriusan dan eksistensi PKBL telah diakui secara luas. Dengan memanfaatkan seluruh sektor, PKBL menghasilkan Mitra Binaan yang unggul dan sukses sehingga mampu memberikan hasil maksimal dan membuat masyarakat menjadi lebih kreatif dalam memenuhi kebutuhannya. Lebih dari itu mereka juga mampu untuk menghasilkan produk atau jasa yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

Program Bina Lingkungan Telkom dilaksanakan sejak tahun 2003. Program ini ditujukan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat di sekitar wilayah operasi Perusahaan. Cakupan kegiatan Program Bina Lingkungan meliputi pemberian bantuan untuk korban bencana alam, bantuan pendidikan dan pelatihan, bantuan kesehatan masyarakat, bantuan prasarana umum, bantuan sarana ibadah, bantuan pelestarian alam serta pengetasan kemiskinan. Bantuan

[6] Wawancara dengan Suryana, tanggal 18 Februari 2018 di kios usaha oleh-oleh khas Aceh Lampisang, Peukan Bada, Aceh Besar.

Bina Lingkungan telah memberikan kontribusi besar bagi peningkatan kehidupan masyarakat serta kemajuan dalam bidang pendidikan. Selain itu program Bina Lingkungan juga telah menunjukkan keberadaannya dalam bidang kesehatan, keagamaan, prasarana umum dan pelestarian lingkungan, bantuan bencana alam dan pengentasan kemiskinan.

Implementasi Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang dilaksanakan oleh Telkom Witel Aceh berdasarkan adanya nota dinas yang diterbitkan oleh EVP Telkom Regional I kepada seluruh GM yang ada pada regional tersebut. Namun peneliti hanya memfokuskan pada pelaksanaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan witel Aceh. Program Kemitraan adalah program pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat, melalui pemberian pinjaman kemitraan untuk modal kerja dan investasi. Selain itu melalui Program Kemitraan, Perusahaan juga memberikan bantuan pembinaan berupa kegiatan Pelatihan yang diharapkan akan meningkatkan kemampuan mitra binaan dalam berbagai aspek, kegiatan Promosi dan Pameran untuk memperkenalkan produk mitra binaan agar lebih dikenal khalayak umum, serta kegiatan Pemagangan untuk memberikan kesempatan kepada para mitra binaan saling bertukar informasi dan pengalaman dengan mitra binaan lainnya yang mempunyai usaha sejenis.

Program Kemitraan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi usaha mikro dan kecil (UMK) yang dijalankan masyarakat, sehingga menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Melalui program ini maka setiap UMK yang telah berkembang diharapkan juga bisa menyerap tenaga kerja dari masyarakat lokal,

sehingga mereka mendapatkan penghasilan. Dengan demikian masyarakat sekitar yang tidak bisa bekerja di lingkungan Perusahaan, tetap bisa merasakan manfaat dari kehadiran Perusahaan. Penyaluran pinjaman kepada UMK sifatnya non-komersial. Adapun mekanisme penyalurannya dilakukan berdasarkan evaluasi atas persyaratan serta angsuran yang disesuaikan dengan kemampuan usaha.[7] Kegiatan penyaluran pinjaman kemitraan sudah dijalankan sejak tahun 2001. Pembinaan terhadap Mitra Binaan dilakukan dalam bentuk hibah pendampingan (*knowledge capital*). Program pendidikan dan pelatihan yang diberikan kepada Mitra Binaan dilaksanakan bekerjasama dengan perguruan tinggi, maupun lembaga lain yang memiliki kompetensi dalam mengembangkan ilmu kewirausahaan dan motivasi berwirausaha.

Perusahaan juga memberikan bantuan pembinaan berupa promosi dan pemasaran, dengan mengikutsertakan Mitra Binaan dalam berbagai kegiatan pameran di dalam dan luar negeri. Selain mengikuti kegiatan pameran-pameran, Telkom juga membantu promosi produk Mitra Binaan dengan menyelenggarakan pameran di kantor-kantor Telkom yang potensial, seperti di Graha Merah Putih Kantor Pusat Telkom di Bandung. Kegiatan pemagangan dan studi banding untuk para mitra binaan, juga dilakukan Perusahaan. Melalui kegiatan ini Mitra Binaan dapat saling menukar pengalaman dalam menjalankan usahanya, menumbuhkan ide-ide baru untuk dikembangkan serta menambah pengetahuan yang pada akhirnya akan meningkatkan usaha mitra binaan.

[7] Wawancara dengan Muhammad Zulmi, tanggal 8 Agustus 2016 di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Aceh

Komitmen Perusahaan dalam pemenuhan aspek sosial terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah keterlibatan dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Terutama masyarakat di sekitar lokasi kantor-kantor Telkom berada. Hal tersebut diwujudkan Perusahaan dalam bentuk pelaksanaan Program Bina Lingkungan, yakni program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat dan peningkatan kualitas hidup. Pelaksanaan Program Bina Lingkungan sudah dijalankan Perusahaan sejak tahun 2003. Kegiatan yang dilaksanakan dalam kurun waktu tersebut mencakup kegiatan-kegiatan yang dapat dikategorikan dalam program strategis dan program responsif dalam bentuk pemberian bantuan yang sifatnya insidental, memenuhi kebutuhan sesaat, ataupun tanggap darurat.

Dalam prakteknya Telkom Witel Aceh tidak berpedoman secara penuh baik berdasarkan PERMEN maupun daftar seleksi administrasi, melainkan berdasarkan pertimbangan staf yang menangani program kemitraan dan bina lingkungan, jika sekiranya kegiatan tersebut mempunyai prospek untuk dijalankan dan memang benar-benar membutuhkan dana maka akan disalurkan.

3.3 Tinjauan Hukum Islam terhadap pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu: [8]

[8] Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 45.

a. *Al-'Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta pejanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an Surah Huud ayat 85:

وَيَٰقَوۡمِ أَوۡفُواْ ٱلۡمِكۡيَالَ وَٱلۡمِيزَانَ بِٱلۡقِسۡطِۖ وَلَا تَبۡخَسُواْ ٱلنَّاسَ أَشۡيَآءَهُمۡ وَلَا تَعۡثَوۡاْ فِي ٱلۡأَرۡضِ مُفۡسِدِينَ ٨٥

Artinya: *"Dan Syuaib berkata : "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan jangan lah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan".*

Pada saat sebuah perusahaan melaksanakan CSR, maka akan mendapatkan keuntungan di dalamnya. Begitu juga terhadap masyarakat, mereka juga seharusnya mendapatkan keuntungan dari perusahaan. Telkom menerapkan prinsip keadilan atau *al-'Adl* dalam proses pelaksanaan PKBL yang mereka lakukan. Dimulai dari proses seleksi sampai terjalinnya kerjasama dengan para mitra binaan Telkom.

Telkom memberikan bantuan melalui PKBL, yang mana para penerima bantuan ini yang disebut sebagai Mitra Binaan harus melalui beberapa proses, seperti pedaftaran dan survei yang dilakukan oleh pihak telkom sampai dianggap layak menerima bantuan tersebut. Dalam proses inilah prinsip keadilan diterapkan sehingga para penerima bantuan adalah mereka yang memang pantas mendapatkan bantuan dalam mengembangkan usahanya.

Maka dengan adanya keadilan, baik pihak masyarakat ataupun perusahaan itu sendiri sama-sama akan mendapatkan keuntungan dan perusahaan akan dipandang baik oleh masyarakat.

b. *Al-Ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT dalam al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 195:

وَأَنفِقُواْ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ وَلَا تُلۡقُواْ بِأَيۡدِيكُمۡ إِلَى ٱلتَّهۡلُكَةِۛ وَأَحۡسِنُوٓاْۛ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُحۡسِنِينَ ١٩٥

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

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

Setiap perusahaan mempunyai anggaran untuk dana CSR. Hal ini berarti perusahaan menerapkan kebaikan kepada masyarakat dengan adanya CSR, perusahaan tidak berkewajiban mengeluarkan melainkan dengan suka rela mengeluarkan dana sosial yang mana hasilnya dapat dipetik bersama oleh perusahaan maupun masyarakat.

Telkom merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan kebaikan dengan mengeluarkan dana sosial untuk digunakan dalam menjalankan PKBL. Memenuhi prinsip al-Ihsan dalam program CSRnya dapat kita lihat Telkom juga memberikan bantuan pembinaan berupa kegiatan Pelatihan kepada para mitra binaan yang diharapkan akan meningkatkan kemampuan mitra binaan dalam berbagai aspek.

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok.

c. Manfaat

Telkom telah memberikan manfaat terkait pelaksanaan program CSR melalui PKBL yaitu dengan melaksanakan Program Kemitraan yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi usaha mikro dan kecil (UMK) yang dijalankan

masyarakat, sehingga menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Melalui program ini maka setiap UMK yang telah berkembang diharapkan juga bisa menyerap tenaga kerja dari masyarakat lokal, sehingga mereka mendapatkan penghasilan. Dengan demikian masyarakat sekitar yang tidak bisa bekerja di lingkungan Perusahaan, tetap bisa merasakan manfaat dari kehadiran Perusahaan.

Menurut uraian di atas, bisa dilihat bahwa program CSR yang dijalankan oleh Telkom memenuhi prinsip manfaat, yang dapat dirasakan oleh masyarakat dan juga menguntungkan bagi perusahaan yaitu mengurangi reaksi negatif yang ada dalam perusahaan.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Allah SWT dalam al-Qur'an surah an-Nisaa` ayat 58 menerangkan:

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا بَصِيرٗا ٥٨

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

Salah satu tujuan diterapkannya CSR dalam sebuah perusahaan adalah untuk menunjukkan rasa tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. Telkom telah menunjukkan tanggung jawabnya dengan implementasi program CSR melalui PKBL yang dilakukan dengan baik dari awal hingga akhir kegiatan yang masih terlaksana sampai saat ini. Maka dapat dikatakan bahwa telkom memenuhi prinsip amanah dalam Islam yang artinya Telkom dapat dipercaya serta bertanggung jawab dalam pelaksanaan program CSR.

Dari pemaparan keempat unsur di atas terlihat bahwa pelaksanaan program CSR Telkom Witel Aceh telah memenuhi prinsip-prinsip yang menjadikannya CSR yang sesuai dengan perspektif Hukum Islam.

BAB EMPAT
PENUTUP

4.1 Kesimpulan

4.1.1 PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk mengimplementasikan program CSR dalam wujud PKBL (Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan), sebagaimana yang diatur dalam Peraturan Menteri Negara BUMN No:PER-09/MBU//07/2015 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil Dan Program Bina Lingkungan. Program Kemitraan adalah program pemberdayaan dan peningkatan ekonomi masyarakat, melalui pemberian pinjaman kemitraan untuk modal kerja dan investasi yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi usaha mikro dan kecil (UMK) yang dijalankan masyarakat, sehingga menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Sedangkan Program Bina Lingkungan mempunyai tujuan memberdayakan kondisi sosial masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah perusahaan.

4.1.2 Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program CSR PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk cabang Banda Aceh telah memenuhi prinsip-prinsip yang sesuai dengan pelaksanaan CSR dalam perspektif Hukum Islam, yaitu al-‘Adl, al-Ihsan, manfaat dan amanah.

4.2 Saran

4.2.1 Disarankan kepada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk dapat meningkatkan lagi pelaksanaann PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam karena hal tersebut sangat mempengaruhi persepsi masyarakat sehingga akan lebih banyak masyarakat yang tertarik menjadi mitra binaan Telkom.

4.2.2 Disarankan kepada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk agar dapat membuat program CSR yang berkelanjutan yang diharapkan dapat memberikan alternatif terobosan baru untuk memberdayakan masyarakat dalam mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan yang semakin kompleks dan rumit saat ini. Adanya sinergi antara dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah untuk secara terus menerus membangun dan menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan lingkungan yang berkualitas akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

A. Media Cetak

Ambadar, Jackie, *CSR dalam Praktik di Indonesia*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Budi Untung, Hendrik, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Darmawati, *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam*, MAZAHIB: Vol. XIII, No. 2, 2014.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.

Isa Beekhun, Rafik, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Kartini, Dwi, *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*, Bandung: Refika Aditama, 2009.

Lamo Said, Achmad, *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*, Yogyakarta: Deepublish. 2015.

M. Rachman, Nurdizal, Asep Efendi, Emir Wicaksana, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, Jakarta: Penebar Swadaya, 2011.

Muhammad, Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.

Nursahid, Fajar, *CSR Bidang Kesehatan & Pendidikan Mengembangkan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Indonesia Business Links, 2008.

Panduan Penulisan Skripsi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Uin Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2013.

Prastowo, Joko, Miftachul Huda, *Corporate Social Responsibility, (Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis)*, Yogyakarta: Samudera Biru, 2011.

Rahman, Reza, *Corporate Social Responsibility: antara Teori dan Kenyataan*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.

Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal*.

Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*.

Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum,* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2002.

Subagyo, Joko, *Metode Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

Suharto, Edi, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*, Bandung: CV. Alfabeta, 2009.

Susanto, Ab. *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategic Management dalam CSR*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Suyanto, Bagong dan Sutinah, *Metode Penelitian Soaial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta: Kencana, 2006.

Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Sosial Responsibility)*, Gresik: Fascho Publishing, 2007.

Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan,* Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.

B. Media Online

http://kbbi.web.id/

Idat, Dani Gunawan , *Trend bank Syariah: penurunan terhadap kepatuhan Prinsip Syariah*, Media Akuntansi, edisi 33 Mei 2012.

Materi Belajar, *Apa Itu Program CSR Dan Definisi Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut Para Ahli*, www.materibelajar.id/2015/12/apa-itu-program-csr-dan-definisi.html.

Telkom Indonesia, *Riwayat Singkat Telkom*, www.telkom.co.id/riwayat-singkat-telkom.html.

Telkom Indonesia, *Tentang Telkom*, www.telkom.co.id/tentang-telkom.

Telkom Indonesia, *Visi Misi dan Tujuan*, www.telkom.co.id/visi-misi-dan-tujuan.html.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. SyeikhAbdurRaufKopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7557442 Situs :www.syariah.ar-raniry.ac.id

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: Un.08/FSH/PP.00.9/ 2507/2016

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan KKU Skripsi pada Fakultas Syari'ah dan Hukum, maka dipandang perlu menunjukkan pembimbing KKU Skripsi tersebut;
b. Bahwa Yang namanya dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai pembimbing KKU Skripsi.

Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Operasional Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Menjadi Universitas Islam Negeri;
7. Keputusan Menteri Agama 492 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS dilingkungan Departemen Agama RI;
8. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2014 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
10. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tentang Pemberi Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Kepada Para Dekan dan Direktur Program Pasca Sarjana dalam Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : MenunjukSaudara (i) :
a. Drs. Jamhuri, MA — Sebagai Pembimbing I
b. Muhammad Iqbal, SE., MM — Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i) :

Nama : Dinda Fathia
NIM : 121209397
Prodi : HES
Judul : Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh)

Kedua : Kepada pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2016;

Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya apabila ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada tanggal : 19 Agustus 2016
Dekan,

Dr. Khairuddin, S.Ag., M.Ag
NIP. 197309141997031001

Tembusan :
1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Ketua Prodi HES;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp.0651-7557442 Situs :www.syariah.ar-raniry.ac.id

Nomor : Un.08/FSH1/TL.00/2203/2016
Lampiran : -
Hal : Permohonan Kesediaan Memberi Data

Banda Aceh, 18 Juli 2016

Kepada
Yth. Direktur PT.Telkom Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: **Dinda Fathia**
NIM	: 121 209 397
Prodi / Semester	: Hukum Ekonomi Syariah/ VIII (Delapan)
Alamat	: Desa Lampaya, Kec. Lhoknga - Aceh Besar

adalah benar mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh terdaftar pada semester Genap Tahun Akademik 2015/2016, dan sedang menyusun **Proposal** yang berjudul : **"Implementasi Program Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Terhadap PT. Telkom Banda Aceh)"**, maka kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberikan data-data serta penjelasan seperlunya yang berhubungan dengan judul tersebut diatas.

Demikian, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami haturkan terimakasih.

Wassalam
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Dr. Ridwan Nurdin, MCL
NIP. 19660703 199303 1 003

Telkom Indonesia

Nomor : Tel. 90/PS 000/R1W-1D520000/2016

Banda Aceh, 8 Agustus 2016

Kepada Yth:
Wakil Dekan 1
Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
Banda Aceh

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Kesediaan Memberi Data**

Menjawab Surat Saudara Nomor : Un.08/FFSHI/TL.00/2203/2016 tanggal 18 Juli 2016 Perihal Permohonan Kesediaan Memberi Data Untuk Penyusunan Proposal yang berjudul Implementasi Program Corporate Social Responsiblility Dalam Perspektif Hukum Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Cabang Banda Aceh atas nama Dinda Fathia NIM : 121 209 397

Kami sangat berterima kasih atas kepercayaan Mahasiswa UIN Banda Aceh untuk melakukan penelitian tersebut di PT.Telkom Wilayah Aceh.

Sehubungan hal tersebut diatas, kami informasikan bahwa Mahasiswa tersebut dapat melakukan Penyusunan proposal tersebut pada tanggal 10 Agustus 2016 pada Unit HR & CDC Witel Aceh Jalan SA Machmudsyah No.10 Banda Aceh dengan membawa pas photo ukuran 3 X 4 satu lembar dan materai 6.000 satu lembar untuk mengisi Surat Kesediaan.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih

Hormat Kami,

Telkom Indonesia

Muhammad
MGR HR AND CDC ACEH

Tembusan:
1. Sdr. Muhammad Zulmi
2. Sdr. ASMAN COMMUNICATION SECRETARIATE AND SAS ACEH

HR WITEL Aceh
PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk
Jl. S.A Mahmudsyah No.10 Banda Aceh 23242
T : 0651- 22818
F : 0651- 24600

RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama : Dinda Fathia
2. Tempat/Tanggal Lahir : Aceh Besar/09 Desember 1994
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Agama : Islam
6. Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
7. Status : Belum Kawin
8. Alamat : Dusun Lam Ara Desa Lampaya Kecamatan Lhoknga-Aceh Besar
9. Nama Orangtua/Wali
   a. Ayah : Usman Nurdin
   b. Ibu : Nurhasanah
10. Pekerjaan Orangtua/Wali
    a. Ayah : Karyawan Swasta
    b. Ibu : Ibu Rumah Tangga
11. Alamat Orangtua/Wali : Dusun Lam Ara Desa Lampaya Kecamatan Lhoknga-Aceh Besar
12. Jenjang Pendidikan
    a. SD/MI : MIN 1 Lhoknga Berijazah Tahun 2006
    b. SLTP/MTs : MTsS Oemar Diyan Berijazah Tahun 2009
    c. SMA/MA : MAS Oemar Diyan Berijazah Tahun 2012
    d. Perguruan Tinggi : Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry, Tahun Masuk 2012.

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banda Aceh, Februari 2018

DINDA FATHIA
NIM. 121 209 397