

**PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PADA ELHANIEF GROUP BANDA ACEH
(Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan
Terbatas dan Etika Bisnis Islam)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

**KHAYATUL WARDANI
Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah**

NIM: 121310056

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
DARUSSALAM – BANDA ACEH
2018 M/1439 H**

**PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
PADA ELHANIEF GROUP BANDA ACEH
(Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan
Terbatas dan Etika Bisnis Islam)**

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 Ekonomi Syariah

Oleh:

KHAYATUL WARDANI

Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah
NIM : 121310056

Disetujui untuk Diuji/ *Dimunaqasyahkan* Oleh:

Pembimbing I,


Dr. Armiadi, S.Ag., MA
NIP. 19711121993031003

Pembimbing II,


Dr. Badrul Munir, Lc., MA
NIDN. 2125127701

**PELAKSANAAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
PADA ELHANIEF GROUP BANDA ACEH
(Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
dan Etika Bisnis Islam)**

SKRIPSI

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

Pada Hari/Tanggal : Kamis, 25 Januari 2018
8 Jumadil Awal 1439

Di Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang *Munaqasyah* Skripsi

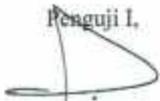
Ketua,


Dr. Armiadi, S.Ag., MA
NIP. 19711121993031003

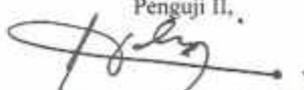
Sekretaris,


Dr. Badrul Munir, Lc., MA
NIP.

Penguji I,


Drs. Jamhuri, MA
NIP.196703091994021001

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
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Syaikh 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 : Khayatul Wardani
NIM : 121310056
Prodi : HES
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 manipulasi 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/22 Januari 2018

Yang Menyatakan



Khayatul Wardani
(Khayatul Wardani)

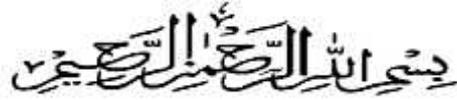
ABSTRAK

Nama : Khayatul Wardani
NIM : 121310056
Fakultas/Prodi : Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Elhanief Group Banda Aceh (Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan Etika Bisnis Islam)
Tanggal *Munaqasyah* : 25 Januari 2018
Tebal Skripsi : 71 Halaman
Pembimbing I : Dr. Armiadi., S.Ag., MA
Pembimbing II : Dr. Badrul Munir., Lc., MA

Katakunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), UU, Etika Bisnis Islam, dan Elhanief Group

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu peraturan resmi di Indonesia. Salah satu UU yang mengatur mengenai CSR yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pada Pasal 74 ayat (1) disebutkan bahwa perusahaan yang diwajibkan melaksanakan CSR ialah perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam dan/atau berkaitan dengannya. Berdasarkan UU diatas, Elhanief Group tidak termasuk dalam kategori perusahaan tersebut, melainkan bergerak di bidang percetakan. Pelaksanaan CSR oleh Elhanief Group merupakan inisiatif dari pemilik perusahaan yang mengutamakan sifat kedermawanan terhadap sesama muslim. Elhanief Group melaksanakan program CSR-nya secara konsisten yaitu dengan menyalurkan dana setiap bulannya. Alokasi dana CSR Elhanief Group bersumber dari *adaqah* perusahaan yang dipotong sebesar 2,5% dari setiap harga yang dibayar oleh pembeli pada semua cabang perusahaan Elhanief Group dan juga bersumber dari sumbangan donatur. Kajian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan berikut, faktor-faktor apa saja yang mendorong pelaksanaan CSR pada Elhanief Group, bagaimana pelaksanaan CSR pada Elhanief Group berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 dan bagaimana pandangan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan CSR tersebut. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan diperoleh berdasarkan metode pengumpulan data lapangan (*field research*) dan kepustakaan (*library research*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR tersebut didasarkan pada faktor-faktor seperti adanya ketentuan undang-undang mengenai CSR, komitmen perusahaan untuk melaksanakan CSR secara berkesinambungan sejak didirikan, serta merupakan kewajiban bagi seorang muslim untuk saling berbagi antarsesama. Berdasarkan Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, maka Elhanief Group tidak wajib melaksanakan CSR, namun dapat dilaksanakan sesuai dengan kepatutan dan kewajiban. Pelaksanaan CSR secara konsisten dan berkesinambungan oleh Elhanief Group sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam dan dapat menjadi contoh bagi perusahaan lain yang setara.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada sang pencipta, Allah SWT. Atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah, penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Elhanief Group Banda Aceh (Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan Etika Bisnis Islam)”**. Penulisan ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW yang selalu menjadi panutan dalam melakukan segala hal. Juga salam dan kehormatan kepada keluarga serta sahabat beliau yang senantiasa membimbingnya dalam suka maupun duka memperjuangkan agama yang dititipkan kepadanya yaitu agama Islam.

Selama penulisan skripsi ini tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Oleh karenanya, tersirat ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Armiadi, S.Ag., MA sebagai pembimbing I skripsi yang tak pernah lelah membantu dan memberi arahan kepada penulis sehingga terwujudnya skripsi ini.
2. Dr. Badrul Munir, Lc., MA sebagai pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan idenya dalam membimbing penulisan skripsi ini sehingga penulis bisa memberikan yang terbaik.
3. Dr. Khairuddin, S.Ag., M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, serta semua dosen dan asisten yang telah membekali ilmu sejak semester pertama hingga akhir.
4. Dr. Bismi Khalidin, S.Ag, M.Si selaku ketua prodi Hukum Ekonomi Syari'ah dan seluruh staf prodi Hukum Ekonomi Syari'ah.
5. Dr. Analiansyah, M. Ag sebagai Penasehat Akademik (PA) yang telah membantu penulis secara akademik selama dalam masa perkuliahan menempuh S1 Hukum Ekonomi Syariah.

6. Teristimewa ucapan terima kasih, penulis hantarkan kepada ayahanda Asnawi Adam dan ibunda Fatimah, abang Fakhur Razi, Muhammad Yazid dan kakak Irma Suryani serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tiada hentinya.
7. Karyawan dan staf Elhanief Group Banda Aceh yang telah memberikan data dan informasi mengenai penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat karib Jannatun Makwa, Maya Ananda, Nadiya Fathmi, Nurul Hijri, Qurrati, Syarifah Nurul F, dan Widia Fahmi. Juga teman-teman seperjuangan Prodi HES angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah sama-sama berjuang melewati setiap tahapan ujian yang ada di kampus dan yang telah memberikan dukungan serta semangat sehingga karya ilmiah ini selesai.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya penelusuran lebih lanjut mengenai penelitian ini, serta kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Akhirnya kepada Allah jualah kita berserah diri dan memohon petunjuk serta ridha-Nya dalam mengarungi kehidupan ini.

Banda Aceh, 16 Januari 2018

Penulis,

(Khayatul Wardani)

NIM: 121310056

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi Arab-latin yang digunakan secara umum berpedoman kepada transliterasi *ali 'awdah* dengan keterangan sebagai berikut:

1. Konsonan

No	Arab	Latin	Ket	No	Arab	Latin	Ket
1		Tidak dilambangkan		16			t dengan titik di bawahnya
2		B		17			z dengan titik di bawahnya
3		T		18			
4			s dengan titik di atasnya	19		G	
5		J		20		F	
6			h dengan titik di bawahnya	21		Q	
7		kh		22		K	
8		D		23		L	
9		·z	z dengan titik di atasnya	24		M	
10		R		25		N	
11		Z		26		W	
12		S		27		H	
13		sy		28		'	
14			s dengan titik di bawahnya	29		Y	
15			d dengan titik di bawahnya				

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
	<i>Fathah</i>	A
	<i>Kasrah</i>	I
	<i>Dammah</i>	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
	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
/	<i>Fatahah</i> dan alif atau ya	
	<i>Kasrah</i>	
	<i>Dammah</i> dan waw	

Contoh:

: q la

: ram

قيل : q la

يقول : yaq lu

4. Ta Marbutah ()

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah () hidup

Ta marbutah hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah () mati

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

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

Contoh:

: *raudah al-atf l/ raudatul atf l*

المدينة المنورة : *al-Mad nah al-Munawwarah/ al-Mad natul*

Munawwarah

: *talhah*

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 TABEL

Tabel 3-1	: Cabang Perusahaan Elhanief Group Banda Aceh	49
Tabel 3-2	: Jumlah dana <i>adaqah</i> perusahaan yang disalurkan Elhanief Group untuk Elhanief Foundation Per 2017	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Keputusan Penetapan Pembimbing

Lampiran 2: Surat Permohonan Kesiediaan Memberi Data

Lampiran 3: Surat Memperoleh Izin Penelitian

Lampiran 4: Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 5: Bagan Struktur Organisasi Elhanief Group Banda Aceh

Lampiran 6: Foto-foto Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an

Lampiran 7: Riwayat Hidup Penulis

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
PENGESAHAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN SIDANG	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB SATU PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Permasalahan	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Penjelasan Istilah.....	7
1.5. Kajian Pustaka.....	9
1.6. Metodologi Penelitian	11
1.7. Sistematika Pembahasan	15
BAB DUA TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA BISNIS DAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR).....	16
2.1. Etika Bisnis	16
2.1.1. Pengertian Etika Bisnis	16
2.1.2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis	19
2.1.3. Peran Etika Bisnis Bagi Perusahaan	21
2.1.4. Etika Bisnis dalam Islam.....	22
2.2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	32
2.2.1. Pengertian dan Konsep CSR	32
2.2.2. Dasar Hukum CSR di Indonesia	39
2.2.3. Manfaat dan Fungsi CSR	43
BAB TIGA PELAKSANAAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> (CSR) PADA ELHANIEF GROUP BANDA ACEH	47
3.1. Profil dan Cabang Perusahaan Elhanief Group Banda Aceh	47
3.2. Bentuk-bentuk CSR pada Elhanief Group Banda Aceh	50
3.3. Faktor-faktor yang Mendorong Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh	53
3.4. Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas	57
3.5. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh	58

BAB EMPAT PENUTUP	67
4.1. Kesimpulan	67
4.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia hukum dikenal adanya objek dan subjek hukum. Subjek hukum dapat berupa perorangan (individu) atau berupa badan hukum, seperti perusahaan. Sebagai subjek hukum, keduanya dapat melakukan perbuatan hukum, yakni bentuk-bentuk perbuatan apa pun yang mempunyai landasan atau dibenarkan hukum. Selain itu subjek hukum juga dapat menuntut atau dituntut di depan pengadilan sebagai konsekuensi atas perbuatan yang dilakukan.¹ Demikian pula, perusahaan dapat mengeluarkan kebijakan yang menguntungkan bagi masyarakat.

Sebuah perusahaan perlu berbuat sesuatu yang baik dan menguntungkan bagi masyarakat banyak karena baik secara langsung maupun tidak langsung tanpa adanya dukungan masyarakat, perusahaan tidak akan ada artinya apa-apa. Dengan kata lain, berkembang atau tidaknya sebuah perusahaan tidak lepas dari partisipasi masyarakat sebagai konsumennya. Ini adalah wujud perusahaan sebagai badan usaha yang menjalankan kegiatan perekonomian secara terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba yang dapat dibuktikan dengan catatan.²

Perbuatan baik oleh perusahaan dapat dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan, tergantung pada kebutuhan masyarakat yang menjadi sasaran perusahaan. Dengannya, diharapkan dapat membawa manfaat baik kepada masyarakat maupun

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Cet. I (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 215.

² Lihat Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 13.

kepada perusahaan itu sendiri. Salah satu bentuk perbuatan baik itu antara lain yang dikenal dengan “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan” atau di sebut juga dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.³ Tanggung jawab ini merupakan wujud pelestarian lingkungan dan masyarakat yang dianggap dapat membawa dampak negatif atas kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam.

Ketentuan tersebut termuat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat (1), yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.” Hal ini menyebabkan perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan CSR. Sedangkan untuk perusahaan lain yang melakukan kegiatan usahanya tidak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam tidak wajib melaksanakan CSR. Dalam artian bahwa perusahaan tersebut boleh saja melaksanakan CSR dan dikelola dengan baik berdasarkan kepatutan. Seperti halnya CSR yang dilaksanakan oleh perbankan syariah. Perbankan Syariah yang menurut Pasal 7 UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah berbentuk Perseroan Terbatas ikut melaksanakan CSR sesuai kepatutan, seperti Bank Syariah Mandiri dan Bank Muamalat

³ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1.

Indonesia.⁴ Sekilas terdapat persamaan antara Elhanief Group dengan Perbankan Syariah yang sama-sama berbentuk PT, namun tidak menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam dan juga tidak berkaitan dengan sumber daya alam.

Dalam etika bisnis Islam, CSR merupakan perwujudan dari ajaran kebajikan yang sangat mulia dan terhormat, baik di sisi manusia maupun Allah.⁵ Berbuat kebajikan (*i s n*) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu. Oleh karenanya, program CSR dalam Islam pada dasarnya adalah derma perusahaan atau pemilik perusahaan yang disalurkan kepada masyarakat yang memerlukan bantuan tanpa mengharap imbalan apapun.

Pada sisi kebajikan sosial, Islam sangat menganjurkan derma kepada orang-orang yang memerlukan dan kurang mampu dalam berusaha melalui *adaqah*⁶ dan pinjaman kebajikan (*qar al-has n*)⁷ Perbuatan memberikan pinjaman kebajikan selain memberi efek sosial, juga dapat mendatangkan keuntungan yang berlipat ganda baik kepada individu maupun perusahaan. Hal ini disebabkan tanggung jawab sosial dalam jangka panjang menciptakan citra yang positif bagi individu dan perusahaan serta terbentuknya jaringan bisnis baru yang dapat menambah keuntungan.⁸

⁴ Lihat A. Chairul Hadi, *Corporate Social Responsibility dan Zakat Perusahaan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam* (Jurnal Ahkam, Vol. XVI, No. 2, Juli 2016), hlm. 234-236.

⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi...*, hlm. 224.

⁶ Dalam Islam, kata *adaqah* mempunyai dua makna. Pertama, *adaqah* yang bermakna derma wajib yaitu zakat dan kedua, derma sukarela seperti sumbangan kebajikan (Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*, Ed. I, Cet. I (Depok: Kencana, 2017), hlm. 44).

⁷ *Qar al-has n* adalah pinjaman kebajikan yang tidak mengambil keuntungan. Jumlah pengembalian sesuai dengan jumlah harta yang dipinjamkan (Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*..., hlm. 44).

⁸ Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*..., hlm. 45.

CSR dalam Islam disamping merupakan pelaksanaan aturan undang-undang atau tanggung jawab kepada masyarakat ataupun untuk mendapatkan pandangan dari masyarakat (sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar), namun juga bertumpu pada nilai-nilai rohani dan atas rasa tanggung jawab perintah Allah SWT.⁹

Perkembangan CSR untuk konteks Indonesia masih terbilang masih bersifat sukarela (*discretionary responsibilities*), artinya pelaksanaan CSR lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan oleh peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Sedangkan yang bukan lagi merupakan *discretionary responsibilities* adalah perusahaan-perusahaan yang berada dibawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), seperti PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero), PT. Angkasa Pura (Persero), dan PT. Semen Indonesia (Persero) atau yang biasa disebut dengan *mandatory* (diatur oleh undang-undang), yakni Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, di mana pada pasal 88 disebutkan bahwa “BUMN dapat menyisihkan sebagian laba bersihnya untuk keperluan pembinaan usaha kecil/koperasi serta pembinaan masyarakat sekitar BUMN”.

Selain dilihat dari segi dasar hukum pelaksanaannya, CSR di Indonesia secara konseptual masih harus dipilah antara pelaksanaan CSR yang dilakukan oleh perusahaan besar dan pelaksanaan CSR oleh perusahaan kecil dan menengah. Selama ini terdapat anggapan yang keliru bahwa pelaksanaan CSR hanya diperuntukkan bagi perusahaan besar, padahal tidak hanya perusahaan besar yang dapat memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan melainkan perusahaan kecil dan

⁹ Lihat Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*..., hlm. 49-50.

menengah pun bisa memberikan dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.¹⁰

Menanggapi hal tersebut, Elhanief Group menyadari bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan hal penting dalam mendukung tumbuh berkembangnya perusahaan. Oleh karena itu, Elhanief Group menempatkan kegiatan tersebut sebagai upaya perusahaan untuk mencapai keberlanjutan dalam jangka panjang. Artinya, Elhanief Group senantiasa memberikan kinerja yang maksimal dan optimal untuk para pembeli, karyawan, dan juga secara menyeluruh berusaha untuk memberikan kontribusi yang maksimal dalam aspek sosial dan lingkungan. Selain itu, pelaksanaan CSR oleh Elhanief Group tidak terlepas dari nilai-nilai keislaman dikarenakan dimiliki oleh seorang Muslim.

Pelaksanaan CSR oleh Elhanief Group mengutamakan derma perusahaan. Artinya mereka melaksanakan CSR sesuai dengan perintah Allah SWT, yakni bersedekah pada mereka yang membutuhkan. Program CSR Elhanief Group terdiri atas Elhanief Foundation dan Komunitas Solidaritas Dhuafa Aceh (KSDA). Alokasi dana program CSR Elhanief Foundation bersumber dari dana infak perusahaan yang dipungut sejumlah 2,5% dari setiap transaksi antara pembeli dan Elhanief Group, sedangkan KSDA bersumber dari dana kebajikan relawan dan donatur lain.¹¹

Elhanief Group pada dasarnya tidak wajib melaksanakan CSR karena bukan bergerak di bidang sumber daya alam dan juga tidak berkaitan dengan sumber daya alam, melainkan bergerak di bidang percetakan (*printing*). Pelaksanaan CSR Elhanief Group merupakan inisiatif dari pemilik untuk mendermakan sebagian keuntungan

¹⁰ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability* (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 162.

¹¹ Sumber: Dokumentasi Elhanief Group Banda Aceh .

mereka untuk masyarakat yang membutuhkan. Alokasi dana CSR selalu disalurkan secara konsisten yakni setiap bulan dan terus disalurkan tanpa melihat laba perusahaan yang diperoleh pada akhir tahun. Artinya, alokasi dana CSR tidak terpengaruh apabila perusahaan mengalami kerugian sekalipun.

Oleh karenanya, berdasarkan penjelasan singkat tersebut penulis tertarik meneliti mengenai CSR di Elhanief Group, dengan judul “**Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Elhanief Group Banda Aceh (Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan Etika Bisnis Islam)**”.

1.2. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang mendorong pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh?
2. Bagaimana pelaksanaan CSR pada Elhanief Group berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas?
3. Bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian karya ilmiah ini adalah:

1. Untuk menjelaskan faktor-faktor yang mendorong pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh

2. Untuk menjelaskan pelaksanaan CSR pada Elhanief Group berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
3. Untuk mengetahui pandangan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh

1.4. Penjelasan Istilah

1.4.1. Pelaksanaan

Pelaksanaan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berasal dari kata laksana, yang berarti perbuatan. Pelaksanaan berarti proses, cara dan perbuatan melaksanakan.¹²

1.4.2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate social responsibility (CSR) adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.¹³ CSR merupakan komitmen perusahaan atau korporasi untuk terlibat langsung dalam pengembangan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan dengan mengawasi tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomis, sosial dan lingkungan.

1.4.3. Perseroan Terbatas

Perseroan Terbatas berdasarkan Pasal 1 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan

¹² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed. IV (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 774

¹³ Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR* (Bandung:CV. Alfabeta, 2009), hlm. 105.

berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham, dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam undang-undang ini serta peraturan pelaksanaannya.

1.4.4. Etika Bisnis Islam

Etika adalah filsafat moral yang membicarakan sikap dan perbuatan yang baik dan buruk. Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang berarti adat, kebiasaan, atau cara bertindak.¹⁴ Etika bisnis adalah tata cara atau kaidah yang baik dalam melakukan kegiatan bisnis. Etika dalam Islam berbicara mengenai penentuan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap Allah SWT.¹⁵

1.5. Kajian Pustaka

Penelitian mengenai CSR telah banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia, baik itu akademisi, praktisi hingga mahasiswa. Berikut ini penulis akan memaparkan beberapa penelitian yang hampir serupa dengan judul “*Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Elhanief Group Banda Aceh (Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tentang Perseroan Terbatas dan Etika Bisnis Islam)*”.

Salah satu penelitian mengenai CSR yaitu skripsi yang disusun pada tahun 2011 oleh mahasiswa jurusan Mua'malah Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry, yaitu Eka Nurlina dengan judul “*Implementasi CSR PT PLN (Persero) Wilayah Aceh dalam Program Kemitraan Menurut Praktik Qar Al-Has n*”. Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan usaha mitra binaan masih rendah karena jumlah modal yang dikucurkan PLN adalah kecil. Selain itu pembinaan kepada

¹⁴ Hasan Baihaqi, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Kalijaga, 2006), hlm. 5.

¹⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi...*, hlm. 20.

masyarakat oleh PLN dianggap kurang sehingga memberikan kontribusi yang rendah terhadap pemberdayaan masyarakat. Sementara pelaksanaan program kemitraan dalam hal penetapan biaya administrasi telah sesuai dengan konsep *qar al-has n* dan dibenarkan menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional.

Terdapat perbedaan antara penulisan ini dengan penelitian yang dikaji oleh penulis. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa penulisan oleh Eka Nurlina di atas mengkaji CSR dari segi konsep *qar al-has n*, sedangkan penulis mengkaji CSR dari segi konsep etika bisnis Islam.

Selanjutnya, skripsi yang ditulis oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Ahsana Fitria pada tahun 2012. Skripsi yang berjudul "*Implementasi Corporate Social Responsibility Sebagai Modal Sosial Pada PT. Lafarge Cement Indonesia*" tersebut bertujuan untuk mengetahui bentuk alokasi dana CSR pada PT LCI, penilaian masyarakat terhadap modal PT LCI melalui dana CSR serta untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara modal sosial PT LCI dengan keberhasilan dana CSR. Hasil penelitian menunjukkan modal sosial antara masyarakat dan PT LCI menandakan bahwa masyarakat dapat merasakan manfaat pengalokasian dana CSR, sehingga tujuan dari alokasi dana CSR terpenuhi.

Perbedaan antara penulisan di atas dengan penelitian ini terdapat pada segi fokus kajian, di mana Ahsana Fitria mengkaji CSR dari segi implementasinya sebagai modal sosial, sementara penulis mengkaji CSR dari segi pelaksanaan CSR pada perusahaan.

Kemudian melalui akses *online*, penulis menemukan penelitian dengan judul "*Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Zakat Perusahaan*", yang disusun oleh Nasrullah mahasiswa jurusan Muamalat, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,

Yogyakarta pada tahun 2013. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengkaji tentang kewajiban perusahaan dalam membayar dana anggaran CSR, membayar pajak serta zakat, sehingga perusahaan mendapatkan tiga beban dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagai badan hukum. Fokus penelitian tersebut adalah mengenai dapatkah salah satu dari ketiga kewajiban tersebut ditiadakan untuk meringankan beban perusahaan, seperti misalnya kewajiban CSR menggantikan zakat, sehingga perusahaan yang telah membayar anggaran CSR tidak lagi diwajibkan membayar zakat.

Dari penulisan di atas dapat dilihat bahwa Nasrullah mengkaji CSR secara umum dan mengaitkannya dengan zakat perusahaan, sementara penulis mengkaji CSR secara terarah dan melihatnya dari pandangan etika bisnis Islam.

Dari berbagai karya yang ada, belum ada penelitian yang secara spesifik membahas mengenai *corporate social responsibility* (CSR) pada Elhanief Group Banda Aceh ditinjau berdasarkan etika bisnis Islam. Oleh karena itu, maka dengan adanya karya tulis dengan judul “*Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Elhanief Group Banda Aceh (Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan Etika Bisnis Islam)*” ini bukanlah mengulang penelitian yang sudah ada, melainkan merupakan penelitian yang baru.

1.6. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah sebuah pendekatan yang digunakan peneliti untuk menguraikan bagaimana cara ia melakukan sebuah penelitian. Dari pendekatan tersebut akan diperoleh data yang lengkap dan objektif mengenai penelitian yang akan dikaji, dan hal tersebut sangat menentukan kualitas dari sebuah karya ilmiah. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, di

mana penulis bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.¹⁶

1.6.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu suatu penelitian yang menggambarkan semua data atau keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan kenyataan yang sedang berlangsung dan selanjutnya mencoba untuk memberikan pemecahan masalahnya.¹⁷

1.6.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian bertujuan untuk mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti dan dilakukan dengan menggunakan cara-cara yang efisien dan akurat.¹⁸ Untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data dengan menggunakan metode ini dilakukan untuk mendapatkan data primer yang berupa data penelitian yang diperoleh langsung dari narasumber yang menjadi subjek/objek penelitian. Dalam hal ini, penulis meneliti langsung ke kantor Elhanief Group yang berkantor pusat di Kuta Alam, Banda Aceh.

¹⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. XXI (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 6.

¹⁷ Restu Kartika Widi, *Asas Metodologi Penelitian: Suatu Pengenalan dan Penuntun Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, Ed. I., Cet. I (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 84.

¹⁸ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Cet. XI (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 91

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data dengan menggunakan metode ini merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil penelaahan kepustakaan atau penelaahan terhadap berbagai literatur atau bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah yang menjadi penelitian.¹⁹ Oleh karenanya, penulis mengkaji bahan-bahan kepustakaan yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* (CSR) dan etika bisnis Islam.

1.6.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis untuk mendapatkan data, antara lain:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.²⁰ Pertanyaan tersebut dapat diajukan kepada responden atau narasumber atau informan untuk mendapatkan informasi.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan pada Elhanief Group Banda Aceh yang terkait dengan objek penelitian ini.

¹⁹ Mukti Fajar, Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hlm. 156

²⁰ Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2001), hlm. 138.

1.6.4. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data tersebut masing-masing menggunakan instrumen yang berbeda, untuk teknik wawancara penulis menggunakan instrumen kertas, alat tulis, dan instrumen lain yang dapat membantu dalam penelitian ini,²¹ seperti rekaman dan alat pengambilan gambar.

1.6.5. Langkah-langkah Analisis Data

Setelah data hasil penelitian dikumpulkan oleh peneliti, langkah selanjutnya yang dapat dilakukan peneliti adalah analisis data. Analisis data merupakan kegiatan dalam penelitian yang berupa melakukan kajian atau telaah terhadap hasil pengolahan data yang dibantu dengan teori-teori yang telah didapatkan sebelumnya.²² Analisis data pada metode penelitian lapangan dilakukan melalui proses yang konkrit. Hal ini dilakukan agar *validitas* dan *reabilitas* data yang diperiksa dan kesalahan dapat diperbaiki dengan cara menjajaki kembali pada sumber datanya sehingga untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

Pedoman yang digunakan dalam teknik penulisan skripsi ini, penulis merujuk kepada buku panduan penulisan skripsi yang diterbitkan oleh Fakultas Syari'ah UIN Ar-Raniry Darusalam Banda Aceh Tahun 2013.

1.7. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh penulisan yang baik serta mudah dipahami pembaca, maka harus ditulis secara sistematis dan berurutan dengan memisahkannya antara bab yang satu dengan yang lainnya. Berikut merupakan sistematika penulisan dari penelitian ini:

²¹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 149.

²² Mukti Fajar, Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum...*, hlm. 183.

Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua memuat pembahasan mengenai etika bisnis dan *corporate social responsibility* (CSR). Pada sub judul etika bisnis akan dipaparkan mengenai pengertian etika bisnis, prinsip-prinsip etika bisnis, peran etika bisnis bagi perusahaan, serta etika bisnis dalam Islam. Pada bagian CSR akan dipaparkan mengenai pengertian dan konsep CSR, dasar hukumnya di Indonesia, manfaat dan fungsi CSR.

Selanjutnya pada bab ketiga merupakan penjelasan mengenai pelaksanaan CSR pada Elhanief Group yang meliputi bagian-bagian seperti profil singkat Elhanief Group Banda Aceh, bentuk-bentuk CSR pada Elhanief Group Banda Aceh, faktor-faktor yang mendorong pelaksanaannya, pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh berdasarkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta pandangan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh.

Bab keempat berisi tentang kesimpulan dari permasalahan yang diteliti serta dilengkapi dengan saran-saran yang dapat bermanfaat sebagai masukan ataupun pertimbangan bagi pihak-pihak terkait.

BAB DUA

TINJAUAN UMUM TENTANG ETIKA BISNIS DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

2.1. Etika Bisnis

2.1.1. Pengertian Etika Bisnis

Secara teoritis, istilah etika dapat dibedakan ke dalam dua pengertian. Pertama, etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti adat istiadat atau kebiasaan. Sinonim etika adalah moral yang juga berasal dari kata Yunani *mores* yang berarti kebiasaan. Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang yang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.²³

Dalam pengertian yang pertama ini, etika dan moral sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah dilembagakan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang tetap atau teratur dan terulang dalam kurun waktu yang lama sebagai layaknya sebuah kebiasaan. Dengan demikian, sebagaimana halnya moral beresensikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi kompas dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Didalamnya mengandung perintah dan larangan yang bersifat konkret dan karena itu lebih mengikat setiap individu manusia.²⁴

²³ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi...*, hlm. 14.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 14-15.

Selanjutnya pengertian etika dipahami dengan cara berbeda dengan istilah moral. Etika yang dimaksud adalah sebagai filsafat moral atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang tidak langsung memberi perintah konkret. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika di sini lebih menekankan pada pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dengan segala permasalahannya yang hidup di tengah masyarakat.²⁵

Etika bagi seseorang terwujud dalam kesadaran moral (*moral consciouness*) yang memuat keyakinan benar dan tidaknya sesuatu. Perasaan yang muncul bahwa ia akan salah bila melakukan sesuatu yang diyakininya tidak benar, berangkat dari norma-norma moral dan perasaan *self respect* (menghargai diri) bila ia meninggalkannya, maka tindakannya itu harus ia pertanggungjawabkan pada dirinya sendiri. Begitu juga dengan sikapnya terhadap orang lain bila pekerjaannya tersebut mengganggu atau sebaliknya mendapatkan pujian.²⁶

Menurut Achmad Charris, etika dan moral memiliki arti yang sama namun dalam aplikasinya memiliki sedikit perbedaan, yaitu moralitas dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang ada. Sementara M. Dawan Raharjo berpendapat bahwa istilah etika dan moral dipakai untuk makna yang sama karena kedua kata tersebut dapat dihomogenkan sebagai *custom or mores*.²⁷ Laura Hartman dan Joe DesJardins dalam buku mereka mengatakan bahwa etika merupakan wilayah kehidupan manusia yang dipelajari oleh disiplin

²⁵ *Ibid.*, hlm. 15-16.

²⁶ Faisal Badroen & M. Arief Mufraeni, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Ed. I, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 5-6.

²⁷ Dawan Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen* (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990), hlm. 3.

akademis yakni bagaimana seharusnya manusia menjalani kehidupan mereka dengan baik.²⁸

Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa etika adalah seperangkat nilai-nilai tentang kebaikan, kebenaran dan moralitas yang direalisasikan ke dalam perilaku dan tindakan sehingga terciptanya kondisi kehidupan yang lebih baik, baik itu dalam pribadi maupun dalam kelompok masyarakat.

Sementara bisnis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha komersial dalam dunia perdagangan dan bidang usaha.²⁹ Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business* yang berarti dagang, usaha atau urusan. Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antarindividu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (*privat*) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³⁰ Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, *profit* memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal di dalam memulai bisnis.³¹

²⁸ Laura Hartman dan Joe DesJardins, *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial* (terj. Danti Pujiati), (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 7.

²⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed. IV (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 200

³⁰ Ika Yunita Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 3 sdikutip dari Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah* (Yogyakarta, PT LKIS Printing Cemerlang, 2009), hlm. 25.

³¹ Ika Yunita Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 3-4.

Dari uraian tersebut, maka dapat didefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis dengan selamat.³² Selain itu, etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, tidak wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.³³

2.1.1. Prinsip-prinsip Etika Bisnis

Etika bisnis memiliki prinsip-prinsip umum yang dijadikan acuan dalam melaksanakan kegiatan dan mencapai tujuan bisnis yang dimaksud. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis menurut Sonny Keraf adalah sebagai berikut:³⁴

- a. Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya tentang apa yang dianggapnya untuk dilakukan.
- b. Prinsip kejujuran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan

³² Faisal Badroen & M. Arief Mufraeni, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Ed. I, Cet. I (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 15.

³³ *Ibid.*, hlm. 16.

³⁴ Agus Arijanto, *Etika Bisnis dan Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 17-18.

harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.

- c. Prinsip keadilan, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- d. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*), menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa, sehingga menguntungkan semua pihak.
- e. Prinsip integritas sosial, terutama dihayati sebagai tuntutan internal dalam diri pelaku bisnis atau perusahaan, agar perlu menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik pimpinan maupun perusahaan.

Sedangkan menurut Budi Untung³⁵, prinsip-prinsip etika bisnis terdiri atas:

- a. Prinsip otonomi
- b. Prinsip kejujuran
- c. Prinsip tidak berniat jahat
- d. Prinsip keadilan
- e. Prinsip hormat pada diri sendiri

2.1.2. Peran Etika Bisnis Bagi Perusahaan

Etika dalam perusahaan menyangkut tentang hubungan perusahaan dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya misalnya dengan perusahaan lain atau masyarakat setempat. Etika bisnis dalam perusahaan dapat membentuk nilai,

³⁵ Lihat Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis*, Ed. I (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2012), hlm. 66-71.

norma dan perilaku karyawan serta pimpinan dalam membangun hubungan yang adil dan sehat dengan pelanggan atau mitra kerja, pemegang saham maupun masyarakat.³⁶

Etika bisnis dalam perusahaan mempunyai peran penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai (*value creation*) yang tinggi, diperlukan suatu landasan yang kokoh. Praktik penerapan etika bisnis yang paling sering dijumpai pada umumnya diwujudkan dalam bentuk buku saku “*code of conducts*” atau kode etik dimasing-masing perusahaan. Hal ini barulah merupakan tahap awal dari praktik etika bisnis yakni mengkodifikasikan nilai-nilai yang terkandung dalam etika bisnis bersama-sama budaya perusahaan, ke dalam suatu bentuk pernyataan tertulis dari perusahaan untuk dilakukan dan tidak dilakukan oleh manajemen dan karyawan dalam melakukan kegiatan bisnis.³⁷

Etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana pengusaha menjalankan bisnis secara adil (*fairness*), sesuai dengan hukum yang berlaku (*legal*) tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat. Tindakan yang tidak etis, bagi perusahaan akan memancing tindakan balasan dari konsumen dan masyarakat,³⁸ seperti boikot produk oleh konsumen dan masyarakat.

³⁶ Jeffrey H. Sinaulan, *Peran Penting Etika Bisnis Bagi Perusahaan-Perusahaan Indonesia dalam Bersaing di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN*, Jurnal Analisis Ekonomi Utama, Volume X, Nomor 2, Mei 2016), hlm. 22.

³⁷ *Ibid.*, hlm. 25.

³⁸ Jeffrey H. Sinaulan, *Peran Penting Etika Bisnis Bagi Perusahaan-Perusahaan Indonesia dalam Bersaing di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN...* hlm. 25.

Bisnis yang beretika akan menjadi ciri karakter seorang wirausaha sejati yang selalu mengedepankan nilai-nilai moral dan spiritual dalam bisnisnya. Untuk menjaga etika dalam berwirausaha adalah dengan menanamkan norma dan nilai-nilai yang mendukung usahanya untuk mendapatkan kepercayaan pasar atau pelanggan maupun menjadi tauladan (bisnis model) dengan menjaga kejujuran, tanggung jawab, selalu berupaya menepati janji, melakukan disiplin diri, taat hukum, dan lain-lain.³⁹

2.1.3. Etika Bisnis dalam Islam

Dalam Islam, istilah yang paling dekat dengan istilah etika adalah “*akhl q*” yakni bentuk jamak dari kata *khuluq*. Kata *akhl q* diartikan dengan budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Kata ini kemudian diadopsikan ke dalam bahasa Indonesia dengan kata akhlak, yang diartikan sebagai ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan tercela, tentang perkataan atau perbuatan lahir dan bathin.⁴⁰

Berdasarkan pengertian mengenai akhlak dan etika, Endang Syaifuddin Anshari berpendapat bahwa etika mempunyai pengertian yang sama dengan akhlak, yang berarti perbuatan dan sangat berkaitan dengan kata-kata *khaliq* dan makhluk pencipta dan yang diciptakan, pengertian akhlak berasal dari bahasa Arab yakni jamak dari kata *khuluq*, yang berarti pengarai, tabiat dan adab kesopanan.⁴¹ Sedangkan etika menilai baik atau buruknya suatu perbuatan yang dikerjakan oleh manusia.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 26.

⁴⁰ Lihat Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi...*, hlm. 3.

⁴¹ Lihat Endang Syaifuddin Anshari, *Pokok-Pokok Pikiran tentang Islam dan Umatnya* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2010), hlm. 103.

Titik sentral etika dalam Islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Allah SWT. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti kebebasan yang terbatas. Seorang muslim baik itu pribadi maupun secara bersama-sama tidak bebas mengerjakan apa saja yang diinginkannya, karena setiap muslim terikat oleh iman dan akhlak pada setiap aktivitas ekonomi yang dilakukannya, baik dalam melakukan usaha, mengembangkan maupun meng-*infaq*-kan hartanya.⁴² Masyarakat muslim juga tidak bebas sebeb-as-bebasnya dalam memproduksi berbagai macam barang, mendistribusikan, mengeluarkan, mengkonsumsinya, tetapi ia terikat oleh *aqidah* dan nilai-nilai yang sangat tinggi, disamping terikat oleh undang-undang Islam dan hukum syariatnya.⁴³

Dilihat dari perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, di samping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Allah SWT. Untuk bisa berbuat baik pada semuanya itu, manusia selain diberi kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Allah (tauhid), prinsip keseimbangan (*taw zun*) dan keadilan (*qis*).⁴⁴

2.1.3.1. Urgensi Etika Bisnis dalam Islam

Seorang pengusaha dalam pandangan etika Islam bukan sekadar mencari keuntungan, melainkan juga keberkahan yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridai oleh Allah SWT. Urgensi etika dalam

⁴² Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (terj. Didin Hafidhuddin, Setiawan Budiutomo, dkk), (Jakarta: Robbani Press, 2001), hlm. 57.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 58.

⁴⁴ Lihat Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi...*, hlm. 21.

aktivitas bisnis, seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Djakfar dapat ditinjau dari berbagai aspek, antara lain:

a. Aspek teologis

Bahwasanya etika dalam Islam (akhlak) merupakan ajaran Tuhan yang diwahyukan kepada Rasulullah SAW baik dalam bentuk Al-Qur'an maupun Sunnah. Secara normatif, Allah telah menyinggung masalah akhlak dalam QS. Al-Qalam: 4. Namun, secara praktis Allah telah mengajarkan bagaimana sejatinya berbisnis yang etis melalui praktik bisnis Rasulullah SAW selama kurang lebih 25 tahun lamanya.

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya: “Dan Sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.” (QS. Al-Qalam: 4).

b. Aspek watak manusia (*character*)

Perilaku manusia dianggap cenderung lebih mendahulukan keinginan (*will*) daripada kebutuhan (*need*). Oleh karenanya, dengan adanya etika diharapkan manusia lebih mendahulukan untuk memenuhi kebutuhan daripada keinginan. Apabila tidak, niscaya dalam melakukan bisnis pelaku usaha berpotensi untuk “menghalalkan segala cara” hanya demi meraih keuntungan. Dengan kata lain, pelaku usaha akan melanggar nilai-nilai etika yang sejatinya harus dijunjung tinggi yang mengakibatkan kerugian berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi.

c. Aspek sosiologis (*reality*)

Dalam realitas sebagai akibat dari perilaku manusia yang cenderung amoral, pada akhirnya akan melahirkan persaingan yang tidak sehat dan semakin keras dalam

dunia global. Selain itu juga dapat melahirkan praktik monopoli yang melanggar hak asasi manusia untuk memberi kesempatan orang lain melakukan bisnis yang sama. Oleh karena itu, sudah selayaknya perlu adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar para pelaku bisnis memahami dan menyadari kegiatan yang boleh dilakukan dan tidak boleh dilakukan.

d. Perkembangan teknologi (*technology*) yang semakin pesat

Perkembangan teknologi dengan berbagai ragamnya di satu sisi banyak mendatangkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Namun, di sisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi, seperti pembobolan uang nasabah di perbankan yang telah memanfaatkan teknologi terbaik dengan sistem keamanannya yang sedemikian rapi, tetapi penyimpangan tetap terjadi. Terlebih lagi dewasa ini modus jual beli *online* di dunia maya tentu sangat rentan terjadinya praktik penyimpangan etika. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi terjadinya praktik penyimpangan etika tersebut maka peran etika bisnis sangat dibutuhkan.

e. Aspek akademis (*science academic*)

Kajian akademik secara mendalam dan berkesinambungan (*sustainability*) dari kalangan akademisi sangatlah diharapkan agar mereka dapat selalu menghasilkan teori-teori terkini berdasarkan kajian literatur maupun penelitian lapangan. Untuk selanjutnya dijadikan bahan kajian baru untuk melahirkan sebuah teori yang baru lagi, sebagai perbaikan atas teori yang ada. Demikianlah seterusnya sampai akhirnya etika bisnis diharapkan benar-benar menjadi bidang kajian yang dapat menjawab tantangan zaman sesuai kebutuhan.

2.1.3.2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam menurut Muhammad Djakfar adalah jujur dalam takaran (*quantity*), menjual barang yang baik mutunya (*quality*), dilarang menggunakan sumpah (*al-qasm*), longgar dan bermurah hati (*tas mu* dan *tar hum*), membangun hubungan baik (*interrelationship/silat al-rahym*), tertib administrasi, dan menetapkan harga dengan transparan.⁴⁵

Sedangkan menurut para ahli seperti yang dikutip dalam buku Faisal Badroen, dkk prinsip-prinsip etika bisnis Islam dapat dirumuskan dalam konsep-konsep berikut:

1. Konsep Kepemilikan dan Kekayaan

Secara etimologis kepemilikan seseorang akan materi berarti penguasaan terhadap sesuatu (benda), sedangkan secara terminologis berarti spesialisasi seseorang terhadap suatu benda yang memungkinkannya untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut dengan keinginannya, selama tidak ada halangan *syara* atau selama orang lain tidak terhalang untuk melakukan tindakan hukum atas benda tersebut. Aplikasi etika dan konsep kepemilikan dan kekayaan pribadi dalam Islam bermuara pada pemahaman bahwasanya sang pemilik hakiki dan absolut hanyalah Allah SWT.⁴⁶

Firman-Nya:

وَلِلَّهِ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿١٨٩﴾

⁴⁵ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi...*, hlm. 34.

⁴⁶ Faisal Badroen & M. Arief Mufraeni, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam...*hlm. 105.

Artinya: “*Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi, dan Allah Maha Perkasa atas segala sesuatu.*” (QS. Ali-Imran: 189)

Sedangkan manusia hanya diberi hak kepemilikan terbatas, yaitu sebagai pihak yang diberi wewenang untuk memanfaatkan dan inti dari kewenangan tersebut adalah tugas untuk menjadi khalifah (pengelola) yang beribadah di muka bumi. Konsekuensi etika dari hak kepemilikan akan materi/kekayaan dalam Islam mencerminkan beberapa hal berikut:⁴⁷

- a. Pemberlakuan hak kepemilikan individu pada satu benda, tidak menutupi sepenuhnya akan adanya hak yang sama bagi orang lain.
- b. Negara mempunyai otoritas kepemilikan atas individu yang tidak bertanggung jawab terhadap hak miliknya.
- c. Dalam hak kepemilikan berlaku sistematika konsep takaful/jaminan sosial (sesama muslim atau sesama manusia secara umum).
- d. Hak milik umum dapat menjadi hak milik pribadi (konsep usaha dan niatan).
- e. Konsep hak kepemilikan dapat meringankan sejumlah konsekuensi hukum syariah (*ud d*).
- f. Konsep kongsi dalam hak yang melahirkan keuntungan materi harus merujuk kepada sistem bagi hasil.
- g. Ada hak kepemilikan orang lain dalam hak kepemilikan harta (konsep harta).

2. Konsep Distribusi Kekayaan

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 116.

Dalam Islam, kebutuhan menjadi alasan untuk mencapai yang minimum, namun demikian kecukupan dalam standar hidup yang baik (nisab) adalah hal yang paling mendasari dalam distribusi kekayaan, setelah itu baru dikaitkan dengan kerja dan kepemilikan pribadi. Setiap umat harus mampu mencapai yang minimum dulu, bahkan diupayakan agar dapat mencapai standar hidup yang sudah bisa dikatakan baik. Standar kecukupan ini diasumsikan oleh para ulama sebagai titik pembeda dengan yang kekurangan. Dan dalam Islam mengenal batasan tersebut merupakan hak orang yang harus disediakan oleh otoritas sosial dari negaranya. Ini artinya kewajiban menyisihkan sebagian harta bagi ‘yang berkecukupan’ untuk mereka ‘yang kekurangan’ adalah merupakan dana kompensasi atas kekayaan mereka.⁴⁸

3. Konsep Kerja dan Bisnis

a. Karakter kerja dan bisnis halal⁴⁹

- 1) *Free-interest system*, dalam perspektif para sarjana muslim kontemporer infrastruktur perekonomian Islam harus berdiri di atas perekonomian tanpa bunga. Oleh karena itu, transaksi yang dijalankan kerja dan bisnis (kontrak/akad) mengacu kepada konsep-konsep fiqh muamalah yang sudah di-*convergence* (satukan) dengan sistem ekonomi dan keuangan modern.
- 2) Sistem bagi hasil diutamakan dalam merumuskan hubungan kerja antara tenaga kerja dan modal investasi. Islam mencanangkan hubungan antara pihak-pihak yang bertransaksi dalam hubungan *partnership* (persekutuan).

⁴⁸ Faisal Badroen & M. Arief Mufraeni, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam...* hlm. 117.

⁴⁹ *Ibid.*, hlm. 131.

Keuntungan dalam bagi hasil dipersentasekan (nisbah bagi hasil) dari keuntungan yang didapat.

- 3) *Joint venture* (usaha bersama), skema kerja dan bisnis dalam bentuk penyertaan modal (*partnership*). Investasi diarahkan kepada *equity base fund* (keuntungan atas dasar keadilan) daripada *debt base fund* (keuntungan atas dasar jumlah yang dibayar).
- 4) Lembaga *intermediary* (perantara) yang berkaitan dengan aktivitas karitatif/derma (*charity program*), keberkahan dalam bisnis dan kedermawanan. Ini adalah bentuk dari institusi penengah antara sektor surplus dan defisit antara dunia dan akhirat.
- 5) Menghindari pemanfaatan dan pemakaian sumber daya secara berlebihan.

b. Nilai-nilai etika kerja Islami⁵⁰

- 1) Keimanan bahwa tujuan manusia dalam melakukan pekerjaan adalah beribadah kepada Allah dan memakmurkan kehidupan dengan mengelola bumi beserta seisinya.
- 2) Kerja adalah usaha untuk mewujudkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan jiwa dan jasmani.
- 3) Bekerja keras untuk mendapatkan rezeki disertai dengan tawakal dan takwa kepada Allah SWT.
- 4) Usaha yang halal dan menghindari usaha yang haram.
- 5) Keinginan untuk kewajiban-kewajiban Islam lebih utama tanpa dilandasi dengan sikap sombong atau tinggi hati, dan lain-lain.

⁵⁰ Faisal Badroen & M. Arief Mufrani, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam...* hlm. 145.

4. Konsep Halal dan Haram

Dalam Al-Qur'an aturan halal dan haram kontrak komersial atau bisnis diatur secara umum, firman Allah SWT:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa: 29).

Mekanisme suka sama suka adalah panduan dari garis Al-Qur'an dalam melakukan kontrol terhadap perniagaan yang dilakukan. Teknik, sistem dan aturan main tentang tercapainya tujuan ayat tersebut menjadi ruang ijtihad bagi pakar muslim untuk menerjemahkan konsep dan implementasinya pada konteks modern saat ini.⁵¹

Berdasarkan uraian mengenai prinsip etika bisnis Islam, dapat dilihat bahwa perbedaannya dengan etika bisnis konvensional terdapat pada kesatuan prinsip etika bisnis Islam yang berdasarkan Tauhid yang mencakup seluruh kehidupan umat muslim yang meliputi sosial, bisnis, dan lain-lain. Dalam perspektif konvensional para pengusaha menggunakan prinsip otonomi dalam mengambil keputusan dan perusahaan memiliki wewenang secara bebas sesuai bidang dan ketentuan visi dan misi perusahaan tersebut. Sementara dalam Islam, kebebasan tersebut memiliki kebebasan yang terbatas, dalam arti bahwa dalam mengambil suatu keputusan pengusaha muslim terlebih dahulu

⁵¹ Faisal Badroen & M. Arief Mufraeni, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam...* hlm. 169.

melakukan musyawarah dengan *stakeholders* perusahaan agar didapatkan keputusan yang tepat bagi keberlangsungan perusahaan tersebut.

2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1. Pengertian dan Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), lembaga internasional yang berdiri tahun 1995, dalam publikasinya *Making Good Business Sense* mendefinisikan CSR sebagai “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of local community and society at large,*” yang dapat diartikan, CSR adalah komitmen dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.⁵²

EU Green Paper on CSR memberikan definisi CSR sebagai “*a concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis.*” (“Suatu konsep dimana perusahaan mengintegrasikan perhatian pada masyarakat dan lingkungan dalam

⁵² A. Chairul Hadi, *Corporate Social Responsibility dan Zakat Perusahaan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam* (Jurnal Ahkam, Vol. XVI, No. 2, Juli 2016), hlm. 231.

operasi bisnisnya serta dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan secara sukarela.”)⁵³

Organisasi *International Finance Corporation* menjelaskan bahwa CSR adalah komitmen dunia bisnis untuk memberi kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kehidupan melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan. Sedangkan *Institute of Chartered Accountants, England and Wales* menyebutkan bahwa organisasi-organisasi pengelola bisnis mampu memberi dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, seraya memaksimalkan nilai bagi para pemegang saham (*shareholders*) mereka.⁵⁴

Magnan dan Ferrel mendefinisikan CSR sebagai “*a business acts in a socially responsible manner when its decision and account for and balance diverse stakeholder interest*”. (“Suatu bisnis dikatakan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya jika keputusan-keputusan yang diambil telah mempertimbangkan keseimbangan antar berbagai pemangku kepentingan⁵⁵ yang berbeda-beda.”)⁵⁶

A.B. Susanto mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. 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

⁵³ Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 90.

⁵⁴ *Ibid.*

⁵⁵ Atau disebut juga dengan *stakeholders* adalah semua pihak (orang atau lembaga) yang mempengaruhi keberadaan perusahaan dan/atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan. (Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 85.

⁵⁶ Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan...* hlm. 90.

sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang.⁵⁷

Tanggung jawab sosial perusahaan menurut pandangan Milton Friedman adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owner*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan.⁵⁸

Ismail Solihin dalam bukunya⁵⁹ menyebutkan bahwa perusahaan akan menjalankan tiga jenis tanggung jawab yang berbeda-beda kepada pemangku kepentingan, di mana ketiga jenis tanggung jawab tersebut harus dijalankan secara seimbang. Ketiga jenis tanggung jawab tersebut mencakup *economic responsibility*, *legal responsibility*, *social responsibility*.

Economic responsibility adalah keadaan di mana perusahaan korporasi dibentuk dengan tujuan untuk menghasilkan laba secara optimal. Para pengelola perusahaan tersebut memiliki tanggung jawab ekonomi, salah satunya kepada para pemegang saham dalam bentuk pengelolaan perusahaan yang menghasilkan laba. Selain itu, perusahaan korporasi juga memiliki tanggung jawab ekonomi kepada para kreditor yang telah menyediakan pinjaman bagi perusahaan. *Legal responsibility* yakni tanggung jawab perusahaan dalam hal pelaksanaan operasinya harus mematuhi berbagai

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability* (Jakarta: Salemba Empat, 2009) hlm. 6.

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 3.

peraturan perundang-undangan yang berlaku,⁶⁰ seperti tidak mencemari lingkungan dengan membuang limbah berbahaya secara ilegal.

Tanggung jawab ketiga yang harus dijalankan perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility-CSR*). Kotler dan Lee memberikan rumusan: “*corporate social responsibility is commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources*”.⁶¹ Dalam definisi tersebut, Kotler dan Lee memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan.

Mengenai hal itu, Lawrence, Weber dan Post membedakan dua prinsip CSR, yaitu prinsip amal (*charity principles*) dan prinsip pelayanan (*stewardship principles*).⁶² *Charity principles* sudah diperkenalkan jauh sebelum konsep tanggung jawab sosial, di mana para pelaku usaha memberikan derma yang sebagian besar berasal dari kesadaran pribadi pemimpin perusahaan untuk berbuat sesuatu kepada masyarakat.⁶³ Sedangkan *stewardship principles* di mana perusahaan dianggap sebagai agen publik, tindakan bisnis yang dilakukan seharusnya mempertimbangkan semua kelompok pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh keputusan dan kebijakan perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan harus mengakui adanya saling ketergantungan antara perusahaan

⁶⁰ *Ibid.*, hlm. 4.

⁶¹ *Ibid.*, hlm. 5.

⁶² Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan...* hlm. 91.

⁶³ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 17.

dan masyarakat serta menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan semua ragam kelompok di masyarakat.⁶⁴

Elkingson mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mencakup tiga dimensi, yang lebih populer dengan singkatan 3P, yaitu: mencapai keuntungan (*profit*) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*). Berangkat dari konsep 3P tersebut, maka konsep CSR sebenarnya ingin memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang, yaitu:⁶⁵

- a. Fungsi ekonomis. Fungsi ini merupakan fungsi tradisional perusahaan, yaitu untuk memperoleh keuntungan (*profit*) bagi perusahaan (yang sebenarnya merupakan kepentingan pemilik perusahaan).
- b. Fungsi sosial. Perusahaan menjalankan fungsi ini melalui pemberdayaan manusianya, yaitu pemangku kepentingan (*people/stakeholders*) baik pemangku kepentingan primer maupun pemangku kepentingan sekunder.⁶⁶ Selain itu, melalui fungsi ini perusahaan berperan menjaga keadilan dalam membagi manfaat dan menanggung beban yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan.
- c. Fungsi alamiah. Perusahaan berperan dalam menjaga kelestarian alam (*planet/bumi*).

Konsep CSR pada umumnya menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga terhadap

⁶⁴ Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan...* hlm. 92.

⁶⁵ *Ibid.*, hlm. 90.

⁶⁶ Pemangku kepentingan primer, antara lain: pelanggan, pemasok, pemodal dan karyawan. Sedangkan pemangku kepentingan sekunder, antara lain: pemerintah, masyarakat, media massa aktivis lingkungan. (Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan...*, hlm. 86).

stakeholder yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Perusahaan yang menjalankan aktivitas CSR akan memperhatikan dampak operasional perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan dan berupaya agar dampaknya positif.⁶⁷

Program CSR dapat diimplementasikan oleh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap perusahaan. Dalam hal ini, operasi perusahaan bisa saja tidak menimbulkan dampak buruk terhadap masyarakat di sekitarnya dan perusahaan melaksanakan aktivitas CSR justru untuk meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap keberadaan masyarakat.⁶⁸

Kotler dan Lee menyebutkan enam kategori program CSR, yaitu sebagai berikut:⁶⁹

- a. *Cause promotions*. Dalam program ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu masalah sosial atau untuk mendukung pengumpulan dana, partisipasi masyarakat, atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.
- b. *Cause Related Marketing*. Dalam program ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.

⁶⁷ Vinta Paulinda, Yosefa Sayekti, dkk, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013)* (Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 18, No.1, Mei 2016), hlm. 15.

⁶⁸ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 130.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 131-141.

Kegiatan ini biasanya didasarkan kepada penjualan produk tertentu, untuk jangka waktu tertentu, serta untuk aktivitas derma tertentu.

- c. *Corporate Social Marketing*. Dalam program ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk mengubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan publik, menjaga kelestarian lingkungan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kampanye *corporate social marketing* (CSM) lebih banyak terfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan beberapa isu yakni isu-isu kesehatan, perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian, lingkungan, serta keterlibatan masyarakat.
- d. *Corporate Philanthropy*. Dalam program ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma.
- e. *Community Volunteering*. Dalam program ini, perusahaan mendukung serta mendorong para karyawan, para pemegang franchise atau rekan pedagang eceran untuk menyisihkan waktu mereka secara sukarela guna membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.
- f. *Socially Responsible Buseniss Practice (Community Development)*. Dalam program ini, perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis melampaui aktivitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum serta melaksanakan investasi yang

mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas dan memelihara lingkungan hidup.

2.2.2. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia

Perkembangan CSR di Indonesia masih membutuhkan banyak perhatian bagi semua pihak, baik pemerintah, masyarakat luas dan perusahaan. Belum semua perusahaan benar-benar menerapkan konsep CSR dalam kegiatan perusahaannya. Sesuai dengan UU yang berlaku, keberadaan CSR melekat secara *inherent* dengan manajemen perusahaan, sehingga bidang kegiatan dalam CSR masih dalam kontrol manajemen perusahaan. Lebih jauh lagi dalam lingkungan bisnis perusahaan, masyarakat sekitar perusahaan pada dasarnya merupakan pihak yang perlu mendapat apresiasi. Apresiasi ini diwujudkan dalam bentuk peningkatan kesejahteraan hidup mereka melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh kegiatan CSR perusahaan.⁷⁰

1. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT)

Meskipun CSR pada awal munculnya di Indonesia adalah bersifat sukarela, menjadi wajib bagi perusahaan-perusahaan untuk menjalankannya serta tidak ada alasan untuk tidak melaksanakan prinsip CSR dalam aktivitas usahanya. Pemerintahpun membentuk regulasi mengenai peraturan CSR sehingga muncullah Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang memasukkan klausul CSR dalam Pasal 74 ayat (1) sampai (4) undang-undang tersebut, yakni sebagai berikut:

⁷⁰ Andi Mapisangka, *Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat* (JESP Vol. 1, No. 1, 2009), hlm. 40.

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

Di dalam penjelasan pasal demi pasal, disebutkan bahwa yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” sebagaimana dimaksud Pasal 74 ayat (1) adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Sedangkan yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam.⁷¹

Regulasi pelaksanaan CSR untuk kegiatan usaha di bidang sumber daya alam dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam dapat dipandang sebagai langkah *preventif* untuk mencegah terjadinya dampak negatif lebih besar yang dapat ditimbulkan oleh perusahaan yang bergerak di industri tersebut. Akan tetapi, di sisi lain regulasi ini dipandang oleh industri yang mengolah atau memanfaatkan sumber daya alam sebagai bentuk diskriminasi hukum. Oleh karena menurut kalangan industri ini, bukan hanya mereka yang usahanya memberi dampak terhadap lingkungan dan masyarakat secara luas, melainkan industri lain pun bisa menimbulkan dampak negatif terhadap

⁷¹ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 166.

lingkungan dan masyarakat sehingga industri-industri ini pun seharusnya diwajibkan untuk melaksanakan CSR.⁷²

2. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Kewajiban melaksanakan CSR juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34, sebagai berikut:

- 1) Pasal 15, “Setiap penanam modal berkewajiban:
 - a. Menerapkan prinsip tata kelola perusahaan (*corporate governance*) yang baik.
 - b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
 - c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal.
 - d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan penanaman modal.
 - e. Mematuhi semua ketentuan perundang-undangan.

Dalam penjelasan pasal demi pasal undang-undang ini, dijelaskan bahwa yang dimaksud “tanggung jawab sosial perusahaan” sebagaimana tercantum pada Pasal 15 huruf b adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.⁷³

- 2) Pasal 17, bunyinya “Penanam modal yang mengusahakan sumber daya alam tidak terbarukan wajib mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup, yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

⁷² *Ibid.*

⁷³ *Ibid.*, hlm. 167.

- 3) Pasal 34, “Badan usaha atau usaha perorangan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditentukan dalam Pasal 15 dapat dikenai sanksi administrasi berupa:
 - a) Peringatan tertulis.
 - b) Pembatasan kegiatan usaha.
 - c) Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau
 - d) Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.”

Kedua undang-undang tersebut dapat dikatakan sebagai payung hukum yang kuat dalam pelaksanaan CSR di Indonesia. Karena dalam UU tersebut, jelas disebutkan bahwa perusahaan wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Hal ini tentu saja mengubah paradigma awal yang sebelumnya berkembang di kalangan pengusaha bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial adalah semata-mata kerelaan perusahaan saja, karena sifat sosial dan suka relanya. Para pengusaha hanya menjalankan tanggung jawab sosial sebagai kepentingan publikasi demi membangun citra baik di masyarakat.⁷⁴

3. Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Peraturan tentang CSR yang lebih terperinci adalah Undang-Undang No. 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Undang-undang ini kemudian dijabarkan lebih jauh oleh Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, didalamnya diatur mulai dari besaran dana hingga tata cara pelaksanaan CSR. Seperti diketahui, CSR milik BUMN adalah PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan).⁷⁵

⁷⁴ A. Chairul Hadi, *Corporate Social Responsibility dan Zakat Perusahaan...*, hlm. 230.

⁷⁵ *Ibid.*

Pelaksanaan CSR oleh BUMN tersebut bersifat *mandatory*, artinya diatur dalam undang-undang. BUMN berbentuk perseroan, memiliki karakteristik berbeda dengan perusahaan korporasi yang dimiliki oleh swasta (*private company*). Pada perusahaan BUMN selain melekat tujuan perusahaan untuk memperoleh optimalisasi laba, perusahaan juga dituntut untuk memberikan layanan kepada publik.⁷⁶ Selanjutnya dalam Pasal 9 Peraturan Menteri BUMN menjelaskan bahwa sumber dana PKBL berasal dari penyisihan laba setelah pajak maksimal sebesar 2% (dua persen).⁷⁷ Penegasan peraturan ini, bahwa pihak-pihak yang berhak mendapat pinjaman adalah pengusaha beraset bersih maksimal Rp 200 juta atau beromset paling banyak Rp 1 Miliar per tahun.⁷⁸

2.2.3. Manfaat dan Fungsi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Penerapan program CSR merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*) agar perilaku pelaku bisnis mempunyai arahan yang bisa dirujuk dengan mengatur hubungan seluruh kepentingan pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat dipenuhi secara proporsional, mencegah kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dengan segera.

Konsep ini mencakup berbagai kegiatan dan tujuannya adalah untuk mengembangkan masyarakat yang sifatnya produktif dan melibatkan masyarakat di dalam dan di luar perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung, meski perusahaan hanya memberikan kontribusi sosial yang kecil kepada masyarakat tetapi

⁷⁶ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...*, hlm. 168.

⁷⁷ Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 Pasal 9 ayat (1) huruf a dan ayat (2) huruf a.

⁷⁸ A. Chairul Hadi, *Corporate Social Responsibility dan Zakat Perusahaan...*, hlm. 232.

diharapkan mampu mengembangkan dan membangun masyarakat dari berbagai bidang.⁷⁹

1. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bagi Perusahaan

Hendri Untung dalam bukunya menyebutkan beberapa manfaat CSR bagi perusahaan, antara lain:⁸⁰

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan;
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial;
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan;
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha;
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas;
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah;
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*;
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator;
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas.

Sementara menurut Arief E. Muhammad perusahaan akan memperoleh empat manfaat apabila mengimplementasikan CSR, yaitu sebagai berikut:⁸¹

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan juga mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat.
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal (*capital*).
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.

⁷⁹ Diakses melalui Forumcsrkesos.or.id/2016/06/ecsr-learning, tanggal 08 Oktober 2017.

⁸⁰ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility...* hlm. 6-7.

⁸¹ Arief E. Muhammad, *The Power of Good Corporate Governance* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 113.

- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bagi Masyarakat

Program CSR yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan dianggap bermanfaat dan membawa perubahan bagi masyarakat yang dituju, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat CSR bagi masyarakat dapat dilihat pada berbagai bidang, seperti pelaksanaan program CSR oleh PT. Kaltim Prima Coal (KPC) yang terdiri dari 3 bidang, yaitu bidang sosial (sektor pendidikan, sektor kesehatan, sektor agama dan sektor olahraga), bidang ekonomi (sektor pengembangan usaha kecamatan dan sektor penciptaan lapangan kerja lainnya) dan bidang lingkungan, yaitu pada sektor pemeliharaan lingkungan.⁸²

Di bidang ekonomi, perusahaan melakukan pengembangan agrobisnis dengan mendampingi dan mendanai petani untuk membudidayakan tanaman tertentu dan diharapkan hasil panen mampu menambah penghasilan dan memperbaiki perekonomian keluarga. Sedangkan pada bidang pendidikan, KPC membangun sekolah-sekolah dan biaya operasional selama beberapa tahun masa awal sekolah berdiri ditanggung.⁸³ Manfaat yang dirasakan bagi komunitas adalah peningkatan kualitas pendidikan di masyarakat, serta mendapatkan peningkatan SDM pendidik.⁸⁴ Sedangkan di bidang lingkungan, perusahaan melakukan peningkatan kapasitas kelompok dalam mengelola SDA, seperti reboisasi hutan mangrove, budidaya kepiting, pelatihan pembuatan

⁸² Jackie Ambadar, *CSR: Dalam Praktik di Indonesia* (Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2008), hlm. 75.

⁸³ Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility...*, hlm. 4.

⁸⁴ Jackie Ambadar, *CSR: Dalam Praktik di Indonesia...*, hlm. 77.

kerupuk kepiting, dan pelatihan manajemen organisasi dan penyadaran konservasi.⁸⁵ Diharapkan dengan adanya program tersebut ekosistem hutan mangrove kembali seperti sedia kala.

Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sebenarnya tergantung pada program CSR yang dibentuk oleh perusahaan. Dengan memperhatikan kebutuhan yang diperlukan oleh lingkungan sekitar, maka diharapkan akan berdampak positif dan membawa perkembangan pada masyarakat yang menjadi tujuan pembentukan CSR.

Pada dasarnya CSR memiliki fungsi atau peran strategis bagi perusahaan, yaitu sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Selain itu melalui CSR perusahaan juga membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan.⁸⁶

⁸⁵ *Ibid.*, hlm. 89-90.

⁸⁶ Diakses melalui Forumcsr.kessos.or.id/2016/06/ecsrl-learning, tanggal 08 Oktober 2017.

BAB TIGA

PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) PADA ELHANIEF GROUP BANDA ACEH

3.1. Profil dan Cabang Perusahaan Elhanief Group Banda Aceh

3.1.1. Profil Singkat Elhanief Group Banda Aceh

PT. Elhanief Makmur Abadi atau yang biasa dikenal dengan Elhanief Group didirikan pertama kali oleh H. Akmal Hanif, Lc pada tahun 2008 di Banda Aceh dan terbagi atas dua perusahaan besar yaitu PT. Elhanief Abadi Berjaya dan PT. Elhanief Mulia Wisata. PT. Elhanief Abadi Berjaya merupakan cabang perusahaan Elhanief Group yang bergerak di bidang percetakan (*printing*) dan berpusat di Kecamatan Kuta Alam, Banda Aceh. Sedangkan PT. Elhanief Mulia Wisata bergerak di bidang *travel* (perjalanan) ibadah umrah dan *tour* (perjalanan wisata) dan berpusat di Lhokseumawe, Aceh Utara.

Pada tahun 2016, Elhanief Group semakin berkembang hingga memiliki 12 (dua belas) cabang perusahaan meliputi *advertising* (periklanan), properti, cetak plakat, usaha konveksi, swalayan dan beberapa usaha lainnya yang tersebar di beberapa kabupaten kota di Aceh dan 1 (satu) cabang di Jakarta. Dengan usaha tersebut, Elhanief Group dapat menyediakan lapangan kerja dan telah memperkerjakan sekitar 200 karyawan.⁸⁷ Pada tahun 2017, Elhanief Group meresmikan berdirinya Zamzam Elhanief atau El Zamzam, yang bergerak di bidang pemasaran barang-barang dari Arab Saudi.⁸⁸

Tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan yaitu memperoleh keuntungan sebesar-besarnya, begitu pula halnya dengan Elhanief Group. Selain memperoleh keuntungan, Elhanief Group memiliki tujuan menjadi pelopor *printing* terlengkap di Aceh dengan harga murah dan kualitas terbaik serta menjadi *travel* dan *tour* terbaik dari segi harga dan pelayanan.⁸⁹ Selanjutnya, dalam hal pertumbuhan ekonomi Elhanief Group menyediakan tenaga kerja dan mengembangkannya sehingga pengangguran di Aceh dapat berkurang.

Sebagai bentuk program *corporate social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan, Elhanief Group mendirikan Komunitas Solidaritas Dhuafa Aceh (KSDA) dan Elhanief Foundation. Tujuan dibentuknya program CSR pada Elhanief Group antara lain sebagai pelaksanaan atas aturan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, bentuk kontribusi perusahaan terhadap kondisi pendidikan di Aceh dan bentuk kepedulian perusahaan terhadap sesama, serta mewujudkan arti pentingnya saling berbagi dalam Islam.

⁸⁷ Sumber: Dokumentasi Elhanief Group Banda Aceh.

⁸⁸ Diakses melalui <http://aceh.tribunnews.com/2017/05/06/hari-ini-zamzam-elhanief-dibuka>, tanggal 21 Desember 2017.

⁸⁹ Sumber: Dokumentasi Elhanief Group Banda Aceh.

Adapun yang menjadi visi Elhanief Group adalah menjadi *travel* dan *tour* terbaik, baik dari segi harga dan pelayanan serta memiliki misi mengelola jasa *printing* dan *tour travel* yang berkelas berkualitas dengan mengutamakan tingkat kualitas, pelayanan dan harga, mengembangkan sumber daya manusia yang berkinerja tinggi dengan menerapkan sistem manajemen yang maksimal, menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan mitra usaha dan mitra kerja dan mengoptimalkan strategi pertumbuhan bisnis secara menguntungkan untuk meningkatkan hasil produksi serta meningkatkan kesejahteraan karyawan.

Slogan yang paling terkenal dari Elhanief Group adalah *adaqah 2,5%* dari setiap transaksi semua produk di seluruh cabang Elhanief Group akan langsung disalurkan sebagai *adaqah*, melalui program CSR: Elhanief Foundation dan KSDA. Praktik tersebut dilaksanakan pada tahun 2016, yakni bertepatan dengan pembukaan Elhanief Konveksi yaitu pada tanggal 26 Juli 2016.

3.1.2. Cabang Perusahaan Elhanief Group Banda Aceh

Tabel 3.1
Cabang Perusahaan Elhanief Group Banda Aceh

No	Cabang	Wilayah Kerja	Keterangan
1	Elhanief Printing	Banda Aceh, Sigli, Bireuen, Lhokseumawe, Lhoksukon, Pantan Labu, dan Idie	Printing
2	Central Plakat	Banda Aceh	Plakat
3	Alexandria Advertising	Banda Aceh	Printing
4	Elhanief Konveksi	Banda Aceh	Konveksi
5	Elhanief Tour	Banda Aceh, Sigli, Bireun,	Tour

		Lhokseumawe, Panton Labu, Samalanga, dan Langsa	
6	Elhanief Properti	Alue Ie Puteh (Aceh Utara)	Properti
7	Zamzam Elhanief	Banda Aceh dan Samalanga	Mini Market

Sumber: Olahan Penulis Berdasarkan Dokumentasi Elhanief Group

Dari tabel tersebut terlihat bahwa kegiatan usaha Elhanief Group tidak hanya bergerak di bidang percetakan saja, namun juga di bidang *travel* (perjalanan) dan konveksi. Sebagai sebuah perusahaan yang berbadan hukum, maka ia juga memiliki hak dan kewajiban sesuai dengan peran yang dijalankan seperti hak untuk memasarkan produknya dan mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap kegiatan usahanya.

3.2. Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Elhanief Group Banda Aceh

Elhanief Group sebagai sebuah perusahaan berbadan hukum menyadari pentingnya tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Oleh karenanya dalam rangka mewujudkan CSR Elhanief Group membentuk program CSR tersendiri, yakni sebagai berikut:

3.2.1. Elhanief Foundation

Elhanief Foundation merupakan program CSR Elhanief Group yang bergerak di bidang pendidikan. Pada tahun 2016, Akmal Hanif mendirikan Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an khusus untuk anak yatim di desa Alue Ie Puteh, Kecamatan Baktiya,

Aceh Utara. Yayasan yatim tersebut bertujuan untuk mendidik anak-anak yatim yang berada disekitar Aceh Utara untuk menjadi hafidz al-Qur'an.⁹⁰

Pada tahun pertama pendirian, Elhanief Foundation memberikan bantuan kepada dayah-dayah dalam bentuk barang yang dibutuhkan, seperti kitab, peralatan shalat, hingga perlengkapan dapur seperti kompor, perlengkapan makan, dan lain-lain. Pada tahun kedua yaitu pada tahun 2016, Akmal Hanif selaku pemilik perusahaan berusaha mendapatkan anak-anak yatim yang berada disekitar Kecamatan Baktiya untuk dididik menjadi penghafal Al-Qur'an. Dengan murid yang hanya berjumlah 14 (empat belas) orang, Akmal Hanif mendirikan Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an dirumahnya dan menjadi cikal bakal terwujudnya Elhanief Foundation.⁹¹

Menurut hemat penulis, Elhanief Foundation termasuk dalam kategori *cause related marketing* yaitu komitmen perusahaan untuk menyumbangkan persentase tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial.⁹² Dalam kegiatan sosial Elhanief Foundation juga memberikan bantuan atau sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan tertentu, seperti paket bantuan atau pelayanan cuma-cuma, yang dapat dikategorikan dalam *corporate philanthropy*.⁹³

3.2.2. Komunitas Solidaritas Dhuafa Aceh (KSDA)

Komunitas Solidaritas Dhuafa Aceh atau biasa disingkat KSDA resmi dibentuk pada tanggal 21 Mei 2014 oleh beberapa orang relawan di Banda Aceh. KSDA merupakan lembaga sosial kemanusiaan yang bergerak membantu dhuafa yang sedang

⁹⁰ Sumber: Dokumentasi Elhanief Group Banda Aceh.

⁹¹ Wawancara dengan Deddy Ridwan, Manager Promosi dan Humas Elhanief Group pada tanggal 15 Desember 2017 di Banda Aceh.

⁹² Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 133.

⁹³ Lihat Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 137.

sakit parah, dan memerlukan bantuan dana untuk proses pengobatan serta biaya pendampingan calon pasien. Selain itu, KSDA juga memberi bantuan kepada korban banjir di Aceh serta melaksanakan donor darah secara massal.⁹⁴

Relawan yang bergabung dalam KSDA adalah orang-orang dari berbagai profesi di seluruh Aceh dan telah tersebar di beberapa wilayah di Aceh, seperti Banda Aceh, Aceh Besar, Pidie, Pidie Jaya, Bireuen, Lhokseumawe, Aceh Utara, Langsa, Aceh Tamiang, Aceh Jaya, Aceh Barat, Aceh Barat Daya, Subulussalam dan Sabang.⁹⁵

KSDA merupakan CSR dalam kategori *community volunteering* yakni kegiatan perusahaan untuk mendukung karyawan, pemegang saham maupun masyarakat agar menyisihkan waktu mereka secara sukarela untuk membantu organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.⁹⁶

Anggaran dana yang disalurkan pada kedua program CSR tersebut berbeda. Elhanief Foundation berasal dari *adaqah* perusahaan yang dipungut sebanyak 2,5% pada harga yang dibayar oleh pembeli saat melakukan transaksi dengan Elhanief Group. Sedangkan anggaran untuk KSDA adalah berasal dari sumbangan relawan ataupun sumbangan dari pihak lain yang dapat disalurkan melalui rekening KSDA.

Selain terhadap masyarakat, Elhanief Group juga melakukan pemberdayaan terhadap karyawan, seperti pelatihan kerja dengan masa tertentu dan kesempatan untuk mengelola perusahaan bagi karyawan yang dianggap mampu untuk melakukan manajemen perusahaan secara baik dan bertanggungjawab. Elhanief Group juga

⁹⁴ Diakses melalui <http://www.lensaaceh.com/ksda/>, tanggal 19 Desember 2017.

⁹⁵ *Ibid.*

⁹⁶ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 139.

memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Aceh yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang perusahaan pada Elhanief Group.⁹⁷

3.3. Faktor-faktor yang Mendorong Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh

3.3.1. Adanya peraturan perundang-undangan mengenai pelaksanaan CSR

Pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan sudah sejak lama diperkenalkan, yakni sejak tiga dekade abad ke-20 sampai era tahun 1970-an. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan di sini menekankan adanya kewajiban (*obligation*) bagi perusahaan untuk melakukan berbagai kegiatan yang bertujuan memperbaiki keadaan sosial terutama melalui aktifitas derma, *philantropy*, dan *stewardship*.⁹⁸

Namun seiring berkembangnya zaman, konsep CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan berkembang menjadi suatu peraturan kenegaraan yang mengikat setiap badan hukum. Seperti di Indonesia sendiri peraturan mengenai kewajiban CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dituangkan dalam beberapa undang-undang, seperti dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU No. 19 Tahun 2003 tentang BUMN, dan Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.

Ketentuan mengenai kriteria perusahaan yang wajib melakukan CSR tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang PT Pasal 74 ayat (1), yang berbunyi “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya

⁹⁷ Sumber: Dokumentasi Elhanief Group Banda Aceh.

⁹⁸ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from....* hlm. 71.

alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.” Dari penjelasan UU tersebut dapat dipahami bahwa CSR hanya diwajibkan pada perusahaan atau perseroan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang/dan atau berkaitan dengan sumber daya alam. Sedangkan untuk perusahaan atau perseroan yang tidak berkaitan dengannya seolah-olah tidak wajib melaksanakan CSR. Namun, bagi perusahaan besar yang kegiatan usahanya membawa dampak negatif, maka sudah seharusnya perusahaan tersebut juga melaksanakan CSR.

Sejauh ini perusahaan yang melaksanakan CSR di Indonesia sebatas perusahaan yang berada di bawah naungan BUMN seperti PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero), PT. Angkasa Pura (Persero), dan PT. Semen Indonesia (Persero). Sedangkan perusahaan besar lainnya yang berada di Indonesia melaksanakan CSR secara suka rela seperti Coca Cola, Unilever, pemegang *franchise* dan lisensi internasional seperti McDonald dan Nike. CSR pada perusahaan-perusahaan tersebut sangat dipengaruhi oleh perkembangan pelaksanaan CSR di negara asal perusahaan multinasional maupun pemberi *franchise* dan lisensi.⁹⁹ Lembaga yang saat ini juga telah melaksanakan CSR adalah perbankan, seperti Bank Syariah Mandiri (BSM) dan Bank Muamalat Indonesia (BMI)¹⁰⁰.

Menanggapi hal itu, meskipun tidak ada kewajiban bagi perusahaan yang kegiatan usahanya bukan di bidang sumber daya alam, Elhanief Group terdorong untuk melaksanakan CSR dengan membentuk unit khususnya sendiri yakni Elhanief Foundation dan KSDA.

⁹⁹ Lihat Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from Charity...* hlm. 162.

¹⁰⁰ Dalam penyaluran dana CSR, BSM menyalurkannya melalui Laznas BSM. Sementara BMI menyalurkan dana CSR nya melalui Baitul Maal Muamalat yakni unit khusus yang dibentuk oleh BMI. (Lihat A. Chairul Hadi, *Corporate Social Responsibility dan Zakat Perusahaan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam* (Jurnal Ahkam, Vol. XVI, No. 2, Juli 2016), hlm. 234-236.

3.3.2. Komitmen perusahaan untuk melaksanakan CSR sejak pertama kali didirikan¹⁰¹
Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa program CSR pada Elhanief

Group terdiri atas dua macam yaitu, Komunitas Solidaritas Dhuafa Aceh (KSDA) dan Elhanief Foundation. KSDA didirikan pada tahun 2014 dan Elhanief Foundation didirikan pada tahun 2016. Kedua program tersebut akan terus dilaksanakan oleh Elhanief Group seiring dengan berdirinya perusahaan. Ini merupakan komitmen Elhanief Group untuk tetap melaksanakan program CSR-nya untuk membantu masyarakat yang membutuhkan secara berkesinambungan.

3.3.3. Bentuk kepedulian perusahaan terhadap kondisi masyarakat di Aceh

Program CSR Elhanief Group yang berupa KSDA dibentuk atas dasar kepedulian pemilik perusahaan terhadap kondisi kesehatan masyarakat Aceh yang kurang mampu untuk melakukan pengobatan. Sedangkan Elhanief Foundation dibentuk atas dasar kepedulian perusahaan terhadap pendidikan dayah di Aceh, yang dianggap masih kurang diperhatikan oleh pemerintah. Pada Elhanief Foundation, Elhanief Group menyediakan beasiswa bagi santri dan santriwati untuk belajar hingga ke luar Indonesia.¹⁰²

3.3.4. Merupakan kewajiban bagi seorang muslim untuk saling berbagi antara sesama

Saling berbagi antarsesama dalam Islam dikenal dengan istilah *tabarru'*, yang artinya sumbangan, hibah, dana kebajikan atau derma.¹⁰³ Jumhur ulama mendefinisikan

¹⁰¹ Wawancara dengan Deddy Ridwan, Manager Promosi dan Humas Elhanief Group pada tanggal 9 Januari 2017 di Banda Aceh

¹⁰² *Ibid.*

¹⁰³ Lihat Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional*, Cet. I (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), hlm. 35.

tabarru' dengan akad yang mengakibatkan kepemilikan harta, tanpa ganti rugi, yang dilakukan seseorang dalam keadaan hidup kepada orang lain secara sukarela.¹⁰⁴

Islam sangat menganjurkan seseorang yang mempunyai kelebihan harta untuk menghibahkan kepada saudara-saudaranya yang memerlukan. Hal ini dijelaskan dalam Al-Quran maupun hadist yakni:¹⁰⁵

...فَإِنْ طِبْنَ لَكُمْ عَنْ شَيْءٍ مِّنْهُ نَفْسًا فَكُلُوهُ... ﴿٤﴾

Artinya: "...Kemudian jika mereka menyerahkan kepada kamu sebagian dari maskawin itu dengan senang hati, Maka makanlah (ambillah) pemberian itu..." (QS. An-Nisa': 4).

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : تَهَادَوْ تَحَابُّوا.¹⁰⁶

Artinya: "Dari Abu Hurairah r.a, dari Nabi SAW, beliau bersabda: "Saling memberi hadiahlah kalian, niscaya kalian akan saling mencintai." (HR. Bukhari).

Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group selain merupakan melaksanakan peraturan yang berlaku, juga merupakan perwujudan dari sikap saling berbagi atau *tabarru'* antarsesama masyarakat muslim, terutama bagi mereka yang membutuhkan.

3.4. Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas

Pada bab sebelumnya, penulis telah menyebutkan salah satu dasar hukum pelaksanaan CSR di Indonesia yaitu UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

¹⁰⁴ *Ibid.*

¹⁰⁵ *Ibid.*, hlm. 36.

¹⁰⁶ Al-Hafizh Ahmad bin Ali bin Hajar al-Asqalani, *Bulugh al-Maram* (terj. Izzudin Karimi), Cet. IV (Jakarta: Darul Haq, 2017), hlm. 507.

(PT). Kewajiban melaksanakan CSR berdasarkan undang-undang tersebut berlaku bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, sebagaimana tercantum pada Pasal 74 ayat 1-4, yaitu:

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

Regulasi pelaksanaan CSR untuk kegiatan usaha di bidang sumber daya alam dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam dapat dipandang sebagai langkah preventif untuk mencegah terjadinya dampak negatif lebih besar yang dapat ditimbulkan oleh perusahaan yang bergerak di industri tersebut.

Kelemahan yang melekat pada UU Nomor 40 Pasal 74 menurut Ismail Solihin, adalah bahwa undang-undang ini belum menjabarkan lebih lanjut dalam suatu peraturan pemerintah yang dapat lebih memperjelas UU Nomor 40 Pasal 74, seperti: kriteria perusahaan yang dikenakan kewajiban CSR, sanksi apa saja yang diberikan kepada perusahaan yang melanggar kewajiban CSR, berapa besar anggaran minimum biaya CSR yang harus dianggarkan oleh perusahaan.¹⁰⁷

Apabila dilihat berdasarkan bentuk perusahaan yakni Perusahaan Terbatas (PT), Elhanief Group wajib melaksanakan CSR. Namun, jenis kegiatan usaha yang dilakukan oleh Elhanief Group tidak termasuk pada kategori yang dijelaskan pada undang-undang

¹⁰⁷ Lihat Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from Charity...* hlm.

diatas, yaitu berkegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Oleh karena itu, maka Elhanief Group tidak wajib melaksanakan CSR secara konsisten melainkan dapat melaksanakannya sesuai dengan kepatutan dan kewajaran.

3.5. Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh

Keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab sosial dan moral dapat diimplementasikan dalam kegiatan bisnis perusahaan. Asumsinya, supaya tanggung jawab sosial dan moral itu benar-benar terlaksana. Implementasi tersebut agar dapat dilaksanakan maka perusahaan harus mengetahui kondisi internal tertentu yang memungkinkan terwujudnya tanggung jawab sosial dan moral tersebut.¹⁰⁸

Setidaknya terdapat empat tipe pendekatan dari tanggung jawab sosial perusahaan, yakni:¹⁰⁹

- a. Sikap obstruktif, yaitu pendekatan terhadap tanggung jawab sosial yang melibatkan tindakan seminimal mungkin dan mungkin melibatkan usaha-usaha menolak atau menutupi pelanggaran yang dilakukan.
- b. Sikap defensif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang ditandai dengan dimana perusahaan hanya memenuhi persyaratan hukum secara minimum atas komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.
- c. Sikap akomodatif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang diterapkan suatu perusahaan dengan melakukannya apabila diminta melebihi

¹⁰⁸ Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cet. I (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 184,

¹⁰⁹ Lihat Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*...hlm. 185.

persyaratan hukum minimum dalam komitmennya terhadap kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.

- d. Sikap proaktif, yaitu pendekatan tanggung jawab sosial yang diterapkan suatu perusahaan dengan secara aktif mencari peluang untuk menyumbangkan demi kesejahteraan kelompok dan individu dalam lingkungan sosialnya.

Berdasarkan pendekatan tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, maka dapat dilihat bahwa Elhanief Group cenderung menggunakan pendekatan yang terakhir, yaitu sikap proaktif. Elhanief Group dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) lebih aktif menyumbangkan dana secara konsisten melalui program CSR mereka sendiri. Jika perusahaan besar lainnya hanya melaksanakan CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban secara *philantropy*¹¹⁰ ataupun *ad hoc*¹¹¹ (sementara), lain halnya dengan Elhanief Group. Perusahaan swasta ini melaksanakan CSR sebagai bagian dari perusahaan dan bukan hanya sebatas kegiatan sosial yang sifatnya sementara, melainkan program perusahaan untuk ikut menumbuhkan ekonomi masyarakat dan karyawan perusahaan.

Manusia dapat melakukan pertanggungjawabannya dengan kebajikan sosial. Islam sangat menganjurkan derma kepada orang-orang yang memerlukan dan kurang mampu dalam berusaha melalui *adaqah* dan pinjaman kebajikan (*qar al-has n*). *adaqah* dalam Islam mempunyai dua makna yaitu derma wajib atau disebut dengan

¹¹⁰ Adalah pertanggungjawaban perusahaan berupa pemberian sumbangan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Sumbangan tersebut biasanya berbentuk pemberian uang secara tunai, paket bantuan, atau pelayanan secara cuma-cuma. (Lihat Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from...* hlm. 137).

¹¹¹ Adalah program-program CSR yang sifatnya sementara, misalnya saat terjadi bencana banjir. Dalam hal ini suatu perusahaan melaksanakan program CSR hanya pada saat tertentu saja. (Lihat Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cet. I (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 178).

zakat dan *adaqah* yang bermakna derma sukarela seperti sumbangan kebajikan. Sedangkan *qar' al-hasan* atau *benevolent loan* adalah suatu pinjaman lunak yang diberikan atas dasar kewajiban sosial semata-mata. Dalam hal ini peminjam tidak dituntut untuk mengembalikan apapun kecuali modal pinjaman.¹¹²

Seperti yang telah disinggung sebelumnya bahwa alokasi dana untuk program CSR Elhanief Group bersumber dari 2 arah yakni dari sumbangan donatur dan dari *adaqah* perusahaan. Sumber dana dari sumbangan donatur dimaksudkan untuk program CSR yang berupa KSDA. Sementara sumber dana dari *adaqah* perusahaan disalurkan kepada program CSR diluar itu, baik itu untuk Elhanief Foundation maupun kegiatan sosial lainnya. Rincian dana CSR yang diperoleh dari *adaqah* perusahaan Elhanief Group dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.2
Jumlah dana *adaqah* perusahaan yang disalurkan Elhanief Group untuk Elhanief Foundation Per 2017

No	Bulan	Jumlah (Rp)
1.	Agustus	16.400.000
2.	September	13.200.000
3.	Oktober	15.100.000
4.	November	16.100.000
5.	Desember	14.000.000

Sumber data: Keuangan Elhanief Group per 2017

Alokasi dana tersebut secara konsisten disalurkan setiap bulan tanpa berdasarkan pada laba perusahaan dan akan tetap disalurkan walaupun perusahaan

¹¹² Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Ed, 1, Cet. 1 (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 44.

menderita kerugian sekalipun. Hal ini berbeda dengan landasan teoritis di mana seharusnya alokasi dana CSR disalurkan setiap satu tahun sekali dari laba perusahaan.¹¹³ Penyaluran CSR tersebut oleh Elhanief Group bukan didasarkan pada peraturan yang berlaku, melainkan merupakan inisiatif perusahaan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, dalam hal ini santri dan santriwati yang tergabung dalam Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an.

Dari penjelasan singkat diatas dapat dipahami bahwa bentuk filantropi yang dilakukan oleh Elhanief Group adalah berupa *adaqah*. *adaqah* yang dimaksud adalah *adaqah* dalam artian sumbangan kebajikan, yang dipungut dari setiap transaksi antara pembeli dan Elhanief Group sebanyak 2,5% dari jumlah harga yang dibayarkan. Hal tersebut hanyalah strategi perusahaan untuk memperoleh dana CSR.

Diantara nilai-nilai yang dianjurkan Islam dalam bidang perdagangan dan perniagaan adalah ber-*adaqah* secara suka rela untuk mensucikan hal-hal yang mengotori hubungan perdagangan, seperti tindakan dan ucapan yang sia-sia, sumpah dan kadang-kadang dusta.¹¹⁴

عَنْ قَيْسِ بْنِ أَبِي غَرَزَةَ، قَالَ : كُنَّا فِي عَهْدِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نُسَمَّى السَّمَّاسِرَةَ، فَمَرَّ بِنَا رَسُولُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فَسَمَّانَا بِاسْمٍ هُوَ أَحْسَنُ مِنْهُ، فَقَالَ: يَا مَعْشَرَ التُّجَّارِ! إِنَّ الْبَيْعَ يَحْضُرُهُ اللَّغْوُ وَالْحَلْفُ، فَشُوبُوهُ بِالصَّدَقَةِ.¹¹⁵

Artinya: “Dari Qais bin Abu Gharazah, ia berkata: Pada masa Rasulullah SAW, kami dinamakan samasirah (makelar). Lalu Rasulullah SAW pernah melewati kami dan menamakan kami dengan nama yang lebih baik dari nama itu, beliau

¹¹³ Lihat selengkapnya di Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-05/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN Dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan dalam Pasal 9. Pada Pasal tersebut disebutkan bahwa dana untuk PKBL adalah 4% dari laba perusahaan.

¹¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam...* hlm. 331.

¹¹⁵ Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Shahih Sunan Abu Daud*, Jil. II (terj. Abd. Mufid I s n, M. Soban Rohman) (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hlm. 536.

bersabda, “Wahai para pedagang! Sesungguhnya dalam jual beli itu umumnya terjadi omong kosong dan sumpah, maka campurlah dengan adaqah.” (HR. Abu Daud)

adaqah di sini menurut Yusuf Al-Qardhawi¹¹⁶ tidak ditentukan jumlahnya melainkan diserahkan kepada hati nurani seorang muslim dalam menentukan jumlah dan waktunya. Oleh karena itu, ketentuan filantropi yang berupa *adaqah* pada Elhanief Group ditentukan tersendiri jumlah dan waktu penyalurannya oleh perusahaan tersebut berdasarkan kesepakatan antara pemilik perusahaan, karyawan maupun pemegang saham.

Tanggung jawab oleh perusahaan (CSR) dalam Islam merupakan realisasi dari konsep ajaran *i s n* sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. *I s n* merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapat ridha Allah SWT. Selain itu, CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah sebagai pemilik mutlak (*haqiqah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*kontemporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Sebagai penerima amanah, manusia sebagai khalifah di muka bumi harus bertanggung jawab atas segala sesuatu yang ia lakukan dan tidak melakukan perbuatan yang tercela.

Pelaksanaan CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur, yakni:¹¹⁷

- a. *Al-'adl*. Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezhaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang

¹¹⁶ Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam...* hlm. 331.

¹¹⁷ Lihat Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 45.

teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika perusahaan 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.

- b. *Al-Isn*. Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Pelaksanaan CSR dengan semangat *isn* akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridha Allah SWT. *Isn* adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. *Isn* adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur *isn* dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.
- c. Manfaat. Konsep *isn* yang telah dipaparkan di atasnya seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Konsep manfaat dalam CSR lebih dari aktifitas ekonomi. Perusahaan sudah seharusnya memberikan yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk filantropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.
- d. Amanah. Dalam usaha bisnis, konsep amanah niat dan *i'tiq d* yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro,

maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbenani di puncaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktifitas bisnis.

Menurut penulis, pelaksanaan CSR Elhanief Group sesuai dengan perwujudan perbuatan *i s n* sebagai salah satu ajaran dalam Islam. Program CSR Elhanief Group sejalan dengan substansi ajaran *i s n*, baik yang bersumber dari etika bisnis modern maupun etika bisnis dalam Islam yang mengedepankan ajaran kedermawanan. Hal ini dapat dilihat dari segi pelaksanaan prinsip-prinsip etika bisnis Islam oleh Elhanief Group. Elhanief Group mendistribusikan sebagian harta kekayaan perusahaan untuk masyarakat yang membutuhkan dan menanamkan konsep pentingnya saling berbagi dalam Islam. Kedermawanan itu secara teologis perlu dilakukan secara ikhlas sebagai wujud pelaksanaan ajaran dalam Islam dan bahwa setiap harta yang diberikan kepada manusia hanyalah sebagai amanah yang didalamnya terdapat hak milik orang lain.

Pelaksanaan CSR secara konsisten oleh Elhanief Group dapat menjadi contoh bagi perusahaan swasta lain yang berada pada tingkatan yang sama, khususnya yang berada di Aceh. Praktik CSR oleh perusahaan-perusahaan menengah dan kecil sejauh ini hanya sebatas pemberian bantuan seperti kegiatan sosial yang sifatnya hanya sementara. Sedangkan Elhanief Group yang juga merupakan perusahaan dalam kategori menengah sudah sanggup untuk melaksanakan program CSR secara berkala dan berkesinambungan.

Pengelolaan Elhanief Group sejak awal merancang CSR hanyalah berharap keridaan Allah SWT tanpa mengharapkan imbalan dari masyarakat yang mereka bantu.

Ini merupakan cerminan dari pemilik perusahaan yang lebih mengedepankan jiwa sosial, mengedepankan jiwa kemanusiaan, sikap saling menolong dalam hal kebajikan dan tulus dalam berbagi. Sikap-sikap tersebut sangat mempengaruhi jalannya sebuah perusahaan dan reputasi perusahaan di mata masyarakat karena perusahaan merupakan cerminan dari pengelola perusahaan. Apabila suatu perusahaan dikelola dengan baik, maka juga akan mendapatkan reputasi yang baik dalam masyarakat, begitu juga dengan pelaksanaan CSR. Program CSR yang dikelola dengan baik akan memberikan kontribusi bagi masyarakat secara berkesinambungan dan juga dapat memberikan citra yang baik bagi perusahaan.

Untuk melakukan CSR, perusahaan sebelumnya harus menyadari bahwa setiap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat adalah milik mereka juga. Oleh karena itu, perusahaan harus bersedia menanganinya, maka dengan itu CSR akan lebih mudah dilakukan. Bagi perusahaan-perusahaan yang akan mengimplementasikan ajaran *i s n* sebagaimana yang dikehendaki etika bisnis Islam dalam melaksanakan CSR, selayaknya tidak berhadap imbalan apapun dari masyarakat yang mendapat bantuan. Dapat dilihat bahwa CSR pada Elhanief Group murni merupakan derma perusahaan di mana disalurkan secara konsisten tanpa berharap apapun dari masyarakat melainkan hanya mengharapkan keridaan dari Allah SWT.

BAB EMPAT

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) pada Elhanief Group Banda Aceh berdasarkan etika bisnis Islam maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Faktor-faktor yang mendorong pelaksanaan CSR pada Elhanief Group Banda Aceh antara lain karena adanya peraturan perundang-undangan mengenai pelaksanaan CSR, komitmen perusahaan untuk melaksanakan CSR sejak pertama kali dibentuk, sebagai kepedulian perusahaan terhadap kondisi masyarakat di Aceh, dan merupakan kewajiban bagi seorang muslim untuk saling berbagi antara sesama.
2. Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) Pasal 74 ayat 1, CSR hanya diwajibkan pada perusahaan atau perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Dalam hal ini Elhanief Group tidak wajib melaksanakan CSR

dikarenakan tidak termasuk dalam kategori perusahaan yang disebutkan pada undang-undang tersebut, melainkan dapat melaksanakannya sesuai kepatutan dan kewajaran berdasarkan keputusan perusahaan.

3. Pelaksanaan CSR oleh Elhanief Group sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi Elhanief Group terhadap masyarakat dan karyawan perusahaan. Pengelolaan perusahaan yang didasarkan pada prinsip-prinsip Islam, seperti sikap dan perilaku yang baik, bertransaksi dengan cara yang baik, serta melaksanakan pertanggungjawaban terhadap lingkungan, dapat mewujudkan program CSR Elhanief Group menuju ajaran *ihsan* dalam Islam dan dapat diteladani oleh perusahaan lain.

4.2. Saran

1. Bagi pemerintah, aturan mengenai CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan disahkan sebagai salah satu peraturan yang resmi di Indonesia. Hal ini dikarenakan masih banyak perusahaan Indonesia yang belum memahami arti pentingnya pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan.
2. Bagi perusahaan, pelaksanaan CSR oleh Elhanief Group dapat menjadi contoh positif yang dapat dilakukan oleh perusahaan lain yang berada pada tingkatan yang sama.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini merupakan penelitian yang terdapat banyak kekurangan didalamnya. Penulis berharap peneliti selanjutnya dapat mengkaji kembali penelitian yang memiliki permasalahan yang sama agar didapatkan bagaimana hukum Indonesia memandang pelaksanaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010.

Agus Ariyanto, *Etika Bisnis dan Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.

Al-Hafizh Ahmad bin Ali bin Hajar al-Asqalani, *Bulugh al-Maram*, terj. Izzudin Karimi, Cet. IV (Jakarta: Darul Haq, 2017).

Arief E. Muhammad, *The Power of Good Corporate Governance*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cet. I, Bandung: Alfabeta, 2009.

Budi Untung, *Hukum dan Etika Bisnis*, Ed. I, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2012.

Dawan Raharjo, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. IV, Jakarta: PT Gramedia, 2011.

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

Endang Syaifuddin Anshari, *Pokok-Pokok Pikiran tentang Islam dan Umatnya*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2010.

- Faisal Badroen & M. Arief Mufraeni, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, Ed. I, Cet. I, Jakarta: Kencana, 2006.
- Hasan Baihaqi, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Kalijaga, 2006.
- Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Ika Yunita Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Cet. I, Jakarta: Kencana, 2013.
- Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Jackie Ambadar, *CSR: Dalam Praktik di Indonesia*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2008.
- Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2001.
- Laura Hartman dan Joe DesJardins, *Etika Bisnis: Pengambilan Keputusan untuk Integritas Pribadi dan Tanggung Jawab Sosial*, terj. Danti Pujiati, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. XXI, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- , *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Cet. I, Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Shahih Sunan Abu Daud*, Jil. II, terj. Abd. Mufid Ihsan, M. Soban Rohman, Jakarta: Pustaka Azzam, 2006.
- Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional*, Cet. I, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.
- Muhammad Yasir Yusuf, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*, Ed. I, Cet. I, Depok: Kencana, 2017.
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Mukti Fajar, Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Restu Kartika Widi, *Asas Metodologi Penelitian: Suatu Pengenalan dan Penuntun Langkah demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, Ed. I., Cet. I, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Cet. XI, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Sukrisno Agoes, I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Yusuf Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* terj. Didin Hafidhuddin, Setiawan Budiutomo, dkk, Jakarta: Robbani Press, 2001.

Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Ed, 1, Cet. 1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Jurnal:

A. Chairul Hadi, *Corporate Social Responsibility dan Zakat Perusahaan dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, Jurnal Ahkam, Vol. XVI, No. 2, Juli 2016.

Andi Mapisangka, *Implementasi CSR Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat*, JESP Vol. 1, No. 1, 2009.

Jeffrey H. Sinaulan, *Peran Penting Etika Bisnis Bagi Perusahaan-Perusahaan Indonesia dalam Bersaing di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN*, Jurnal Analisis Ekonomi Utama, Volume X, Nomor 2, Mei 2016.

Vinta Paulinda, Yosefa Sayekti, dkk, *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013)*, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 18, No.1, Mei 2016.

Web:

[Forumcsr.kessos.or.id/2016/06/ecsr-learning](http://forumcsr.kessos.or.id/2016/06/ecsr-learning)

<http://aceh.tribunnews.com/2017/05/06/hari-ini-zamzam-elhanief-dibuka>

<http://www.lensaaceh.com/ksda/>



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

Nomor : 3037/Un.08/FSH.I/10/2017

02 Oktober 2017

Lampiran : -

Hal : Permohonan Kesiediaan Memberi Data

Kepada Yth.
CEO Elhanief Group Banda Aceh

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

Nama : Khayatul Wardani
NIM : 121310056
Prodi / Semester : Hukum Ekonomi Syariah / IX (Sembilan)
Alamat : Jln. Blang Bintang Lama, Gp. Ujong Blang, Ke. Kuta Baro

adalah benar mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh terdaftar pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2017/2018, dan sedang menyusun Skripsi "Analisis Penyaluran Zakat Tijarah Pada Perusahaan Sebagai Corporate Sosial Responsibility (CSR) (Studi Penelitian Pada Elhanief Group Banda Aceh) , maka kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberikan data-data serta penjelasan seperlunya yang berhubungan dengan Matakuliah tersebut diatas.

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

Wassalam



Dekan
Wahid Dekan I,

Ridwan Nurdin



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor: 2964/Un.08/FSH/PP.00.9/09/2017

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA

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 482 Tahun 2003 tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian PNS di lingkungan 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 : Menunjuk Saudara (i) :
a. Dr. Armiadi, S.Ag., MA Sebagai Pembimbing I
b. Dr. Badrul Munir, Lc., MA Sebagai Pembimbing II

untuk membimbing KKU Skripsi Mahasiswa (i) :
Nama : Khayatul Wardani
NIM : 121310056
Prodi : HES
Judul : Analisis Penyaluran Zakat Tijarah Pada Perusahaan Sebagai Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Penelitian Pada Eihanief Group Banda Aceh)

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

Ketiga : Pembayaan akibat keputusan ini dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2017;

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 : 26 September 2017
Dekan,
Khairuddin

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

Banda Aceh, 12 Januari 2018

nomor : B.0003/HRD/SK/EMA/VII/19
hal : Surat Balasan Ijin Penelitian Mahasiswa

kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
Jember Empat

Dengan hormat,

berdasarkan Surat Rujukkan ijin yang kami terima pada tanggal 20 November 2017 lalu, maka dengan ini kami memberikan surat balasan kepada sdr. **Niyatul Wardani/12130056, Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah UIN Raniry** sebagai tanda pemberian ijin agar diperbolehkannya melakukan penelitian di perusahaan kami.

Sehubungan surat balasan ijin penelitian ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerendahan hati saudara kami ucapkan terima kasih.

Dengan hormat,

ELHANIEF MAKMUR ABADI

Husna
Manager of Alexandria Printing

Mengetahui,

elhanief
konveksi

Riezha Mutia
Staff of Finance

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Judul Skripsi: “Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Elhanief Group Banda Aceh (Ditinjau Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dan Etika Bisnis Islam)”

1. Apa saja bentuk CSR pada Elhanief Group?
2. Apa saja faktor-faktor yang mendorong Elhanief Group untuk melaksanakan CSR?
3. Apakah CSR pada Elhanief Group hanya sebatas strategi perusahaan?
4. Darimanakah sumber dana CSR pada Elhanief Group?
5. Bagaimana sistem penyaluran dana CSR pada Elhanief Group?
6. Apakah alokasi dana untuk CSR dipengaruhi oleh laba perusahaan?

FOTO-FOTO MA'HAD TAHFIDZ RAUDHATUL QUR'AN



Gambar 1. Papan Alamat Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an



Gambar 2. Santri Sedang Berfoto di depan Ma'had.



Gambar 3. Santri Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an Sedang Mengaji



Gambar 4. Santriwati Ma'had Tahfidz Raudhatul Qur'an Sedang Mengaji

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Khayatul Wardani
Tempat/Tanggal Lahir: Aceh Besar, 17 Mei 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
Status : Belum Kawin
Alamat : Jl. Blang Bintang Lama, Gp. Ujong Blang, Kec. Kuta Baro,
Kab. Aceh Besar
Email : khayatulwardani@gmail.com

Data Orang Tua

- a. Ayah : Asnawi Adam
- b. Pekerjaan : Pensiunan
- c. Ibu : Fatimah Syam
- d. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
- e. Alamat : Jl. Blang Bintang Lama, Gp. Ujong Blang, Kec. Kuta Baro, Kab. Aceh Besar

Riwayat Pendidikan

- a. MIN Bungcala, (2001 – 2007)
- b. MTsN Kuta Baro, (2007 – 2010)
- c. MAN Model Banda Aceh, (2010 – 2013)
- d. Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Prodi Hukum Ekonomi Syari'ah (HES), (2013-2017)

Demikianlah daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Banda Aceh, 19 Januari 2018

Khayatul Wardani