BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan beberapa literatur sebagai bahan pendukung penelitian. Dari beberapa buku tersebut terdapat beberapa buku yang dijadikan sebagai literatur utama. Beberapa buku tersebut akan sedikit diulas sebagai berikut.

Ricky W. Griffin, sarjana lulusan Texas A & M University ini telah melahirkan beberapa buku Manajemen. Salah satu karyanya adalah yang berjudul *Manajemen Jilid 1*. Dalam tulisannya, Griffin telah banyak memberikan contoh studi kasus dan gambaran baru mengenai keadaan manajemen di beberapa perusahaan. Salah satu topik bahasannya adalah mengenai Lingkungan Etika dan Sosial. Dalam topik ini, Griffin memberikan banyak ulasan mengenai etika bisnis, etika manajerial, etika perusahaan dan juga tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam setiap ulasannya, Griffin memberikan penjelasan yang cukup detail. Untuk menambah pemahaman, juga dilengkapi dengan beberapa studi kasus yang berhubungan dengan topik yang ada. Mengenai etika, Griffin memberikan ulasan mengenai etika manajerial, etika individu dalam organisasi, etika dalam konteks organisasi, perilaku yang etis serta beberap isu manajemen kontemporer yang terkait dengan topik tersebut. Sedangkan untuk tanggung jawab sosial, Griffin mengulas beberapa bidang tanggung jawab sosial, argumen yang mendukung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan menentang keberadaan tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan, pendekatan organisasi terhadap tanggung jawab sosial, serta mengenai bagaimana mengelola dan mengevaluasi tanggung jawab sosial yang ada.

Richard L.Daft, buku yang secara khusus berfokus pada masa depan manajemen ini berisi beberapa hal yang berhubungan dengan keadaan manajemen sekarang dan di masa akan datang. Beberapa cakupan dalam tulisan Richard adalah seperti Pengantar Manajemen, Lingkungan Manajemen dan Beberapa Implementasi Tindakan Manajemen. Tulisan Richard yang berhubungan dengan penelitian kali ini adalah topik mengenai Etika Manajemen dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Dalam topik ini, Richard memberikan sedikit gambaran pada pembaca mengenai etika bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan, dan bagaimana mengelola etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Demi menambah dan mempertajam pemahaman pembaca mengenai topik yang ada, Richard juga memberikan beberapa pertanyaan diskusi tentang suatu masalah untuk dipecahkan dan dicarikan solusi yang tepat.

Muhammad, dalam salah satu bukunya yang bertajuk *Etika Bisnis Islami* telah menguraikan beberapa hal mengenai etika bisnis dan tanggung jawab sosial. Dalam bukunya, Muhammad lebih banyak mengulas materi mengenai etika bisnis, khususnya etika bisnis yang islami. Beberapa topik yang berhubungan dengan materi tersebut adalah pentingnya etika bisnis islami, organisasi bisnis dalam islam, implikasi etika dalam fungsi-fungsi bisnis islami. Selain beberapa topik di atas, Muhammad juga memberikan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedikit ulasan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam islam. Dalam setiap bahasan, tidak jarang Muhammad juga menyertakan beberapa ayat suci Al-Qur'an dan hadist yang berhubungan dengan topik. Selain itu, beberapa kitab yang dikarang oleh beberapa ulama' seperti Ibnu Maskawih dan beberapa jurnal pengetahuan juga dijadikan sebagai bahan referensi dalam karyanya.

Sofyan Syafri Harahap, seorang pengarang beberapa buku manajemen dan sering mengadakan pelatihan manajemen di beberapa perusahaan ini, juga telah memberikan beberapa ulasan mengenai tanggung jawab sosial dan etika perusahaan. Seperti pengarang buku manajemen sebelumnya, Syafri juga melengkapi tulisannya dengan beberapa studi kasus yang berhubungan dengan topik yang ada. Dalam bukunya, Syafri lebih banyak membahas tentang tanggung jawab sosial perusahaan dibanding etika perusahaan. Bagi Syafri kedua hal tersebut memang saling terkait, hanya saja bidang tanggung jawab sosial perusahaan lebih membutuhkan waktu banyak untuk dikaji dan dianalisis. Hal ini terlihat dari beberapa teori yang dicantumkan Syafri dalam tulisannya seperti, model dan kecenderungan tentang keterlibatan perusahaan dalam kegiatan sosial, tugas-tugas sosial yang dirumuskan oleh ilmuan India Prakash Sheti, filosofi perusahaan yang ditulis Edward Stevens (1979), keterlibatan perusahaan dengan lingkungan sosial yang ada, serta bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang ada di Indonesia.

Selain beberapa buku di atas, beberapa jurnal juga dijadikan peneliti sebagai sumber bacaan dalam penelitian kali ini. Beberapa jurnal tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah seperti Donna J. Wood, Corporate Social Performance Revisited *The Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 4 (Oct., 1991), pp. 691-718, Mirja Mikkila, *Acceptability of operations as an indicator of corporate social performance,* Volume.12 Number.1 January 2003, serta beberapa jurnal pendukung yang lain.

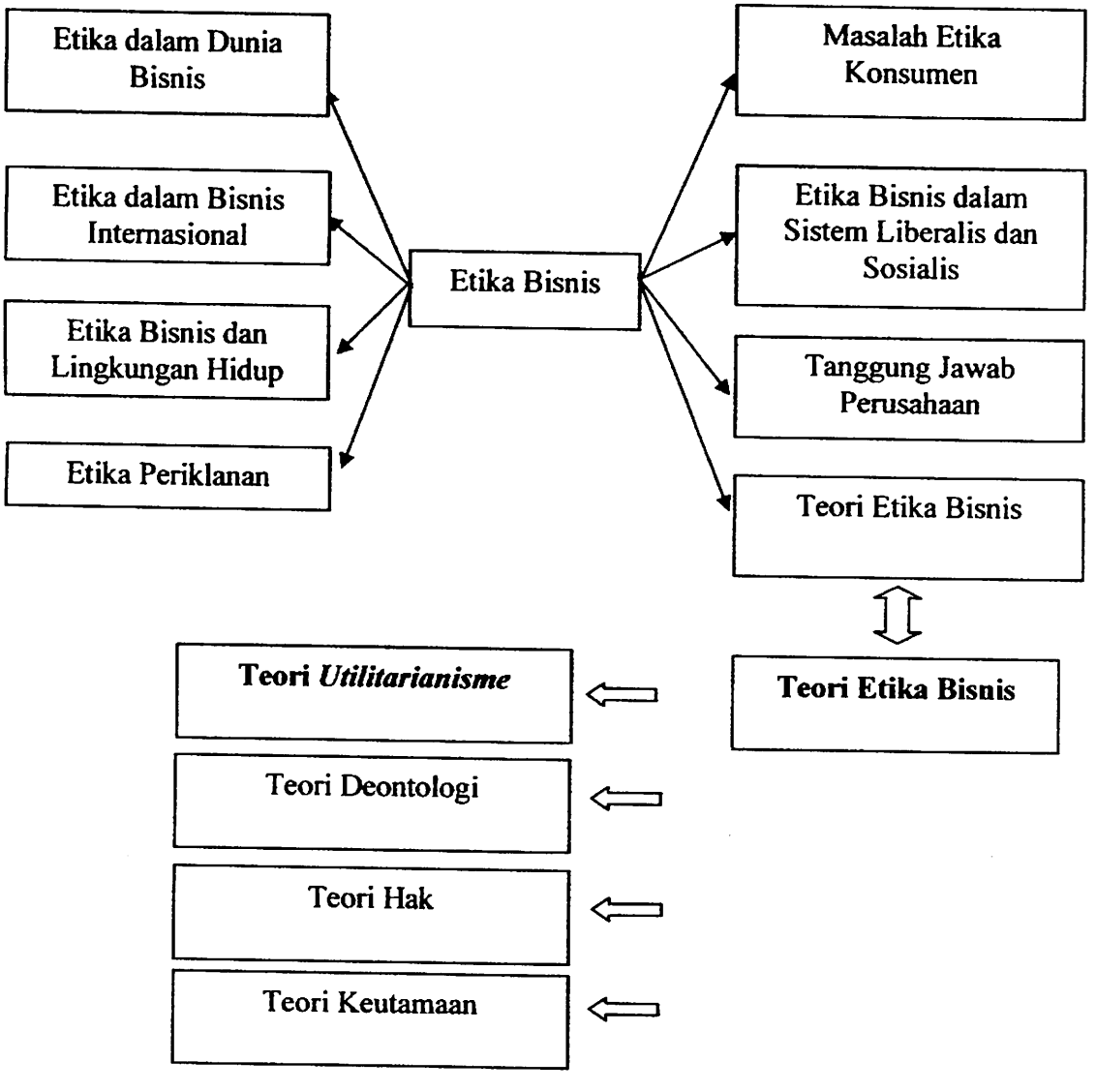
Selain beberapa literatur di atas, beberapa situs seperti *Beswan Djarum, wujud CSR Bakti Pendidikan dari PT. Djarum (http://www.gamexeon.com/forum/berita-lain-lain/58753-*beswan-*djarum-wujud-csr-bakti-pendidikan-dari-pt-djarum.html) Djarum focus optimalkan programCSR.(http://www.kabarbisnis.com/umum/csr/288442Djarum_fokus_optimalkan_program_CSR.html)* serta *www.beswandjarum.com* juga digunakan peneliti sebagai sumber informasi demi kelengkapan data-data yang berhubungan dengan PT. Djarum dan kegiatan CSRnya.

B. Kajian Teoritik

Berdasarkan kajian pustaka tentang konsep penelitian di atas, maka peneliti mendapatkan teori yang relevan untuk menganalisis masalah penelitian. Mengenai teori dalam implementasi etika bisnis, teori *Utilitarianisme* adalah teori yang lebih relevan dibandingkan teori yang lain. Kata *Utilitarianisme* berasal dari bahasa latin *Utilis* yang berarti bermanfaat. Menurut teori ini suatu perbuatan adalah baik jika membawa manfaat, tapi manfaat itu harus menyangkut bukan saja satu dua orang melainkan masyarakat sebagai keseluruhan. Dalam rangka pemikiran *utilitarianisme*,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kriteria untuk menentukan baik buruknya suatu perbuatan adalah *"the greatest happiness of the greatest number"*, kebahagiaan terbesar dari jumlah orang yang terbesar. Prinsip dasar *utilitarianisme* (manfaat terbesar bagi jumlah orang terbesar) diterpakan pada perbuatan. *Utilitarianisme* aturan membatasi diri pada justifikasi aturan-aturan moral.



Gambar 2.1. Bagan pelaksanaan etika bisnis dengan beberapa teori pendukung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Mulai dari Cicero sampai Jeremy Bentham dan J.S Mill, pendekatan *utilitarian* terhadap etika telah berusia hampir dua millenium. Pendekatan ini menyatakan bahwa arti penting moralitas yang menuntun seseorang dapat ditentukan hanya berdasarkan konsekuensi perilakunya. Suatu tindakan disebut etis jika memberikan hasil yang berupa keuntungan atau kebaikan terbesar bagi sebagian besar orang. Karenanya, pandangan *utilitarian* sangat berorientasi hasil.[10] Bagan mengenai etika bisnis dapat dilihat pada gambar 2.1. Berikut adalah penjelasan beberapa tinjauan mengenai etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan.

1. Tinjauan Mengenai Etika Bisnis.

a. Pengertian Etika Bisnis.

Etika adalah norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai/ norma yang ada. Moral merupakan aturan dan nilai kemanusiaan (*human conduct and value)* seperti sikap, perilaku dan nilai. Etiket adalah tata krama/ sopan santun yang dianut oleh suatu masyarakat dalam kehidupannya.

Etika merupakan penelaahan standar moral, proses pemeriksaan standar moral orang atau masyarakat untuk menentukan apakah standar tersebut masuk akal atau tidak untuk diterapkan dalam situasi dan permasalahan konkrit. Tujuan akhir standar moral adalah mengembangkan bangunan standar moral yang kita rasa masuk akal

[10] Muhammad. *Etika Bisnis Islami.* Hal.42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk dianut.[11] Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau yang didukung oleh penalaran yang baik, dan dengan demikian etika mencoba mencapai kesimpulan tentang moral yang benar dan salah, dan moral yang baik dan jahat.

Bisnis adalah sebuah aktifitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan.[12] Skinner mengatakan "bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat". Sementara Anoraga dan Soegiastuti mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa. Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan mana yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang individu. Etika bisnis, kadang kala merujuk kepada etika manajemen atau etika organisasi, yang secara sederhana membatasi kerangka acuannya kepada konsepsi sebuah organisasi.[13]

Akhirnya Yusanto dan Wijayakusuma mendefinisikan lebih khusus tentang bisnis islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam

---

[11] Artikel harian Radar Banten, Edisi Sabtu, 4 Nopember 2006, di Rubrik *"Wacana Publik"*.
[12] Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2003), hal.37.
[13] Muhammad. *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2002), hal. 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/ jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis.[14] Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.

b. Sistem Etika Islami.

Berdasarkan beberapa pembahasan yang ada, sejumlah parameter kunci sistem etika islam telah terungkap, dan dapat dirangkum sebagai berikut :

1). Berbagai tindakan ataupun keputusan disebut etis bergantung pada niat individu yang melakukannya. Allah Maha Kuasa dan mengetahui apapun niat kita sepenuhnya dan secara sempurna.

2). Niat baik yang diikuti tindakan yang baik akan dihitung sebagai ibadah. Niat yang halal tidak dapat mengubah tindakan yang haram menjadi halal.

---

[14] *Etika dan Bisnis*. (http://olipee.blogspot.com/2008/04/etika-bisnis.html diakses pada 18 November 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3). Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk percaya dan bertindak berdasarkan apapun keinginanya, namun tidak dalam hal tanggung jawab dan keadilan.

4). Percaya kepada Allah memberi individu kebebasan sepenuhnya dari hal apapun atau siapapun kecuali Allah.

5). Keputusan yang menguntungkan kelompok mayoritas ataupun minoritas tidak secara langsung berarti bersifat etis dalam dirinya. Etika bukanlah permainan mengenai jumlah.

6). Islam menggunakan pendekatan terbuka terhadap etika, bukan sebagai sistem yang tertutup dan berorientasi diri sendiri. Egoisme tidak mendapat tempat dalam ajaran islam.

7). Keputusan etis harus didasarkan pada pembacaan secara bersama-sama antara Al-Qur'an dan alam semesta.

8). Tidak seperti sistem etika yang diyakini banyak agama lain, islam mendorong umat manusia untuk melaksanakan *tazkiyah* melalui partisipasi aktif dalam kehidupan ini. Dengan berperilaku secara etis di tengah godaan ujian dunia, kaum muslim harus mampu membuktikan ketaatannya kepada Allah SWT.[15]

c. Pentingnya Etika dalam Bisnis.

Dalam konteks perusahaan atau entitas, bisnis dipahami sebagai suatu proses keseluruhan dari produksi yang mempunyai kedalaman logika, bahwa bisnis dirumuskan sebagai cara untuk

[15] Muhammad. *Etika Bisnis Islami*..... Hal. 52

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memaksimumkan keuntungan perusahaan dan meminimumkan biaya perusahaan. Karena itu bisnis sering kali menetapkan pilihan strategis dari pada pendirian berdasarkan nilai, dimana pilihan strategis didasarkan atas logika subsistem yaitu keuntungan dan kelangsungan hidup bisnis itu sendiri. Akibat dari kesadaran demikian maka, upaya-upaya meraih keuntungan dilakukan dengan cara apapun. Walaupun cara-cara yang digunakan mengakibatkan kerugian pihak lain, tetapi bila menguntungkan bagi pelaku bisnis atau perusahaannya, maka dianggap sebagai pilihan bisnis.[16]

Dengan kenyataan itu, maka pengembangan etika bisnis harus menghadapi situasi dan kondisi kedalaman logika rasionalitas bisnis yang bersifat material dan karenanya telah menimbulkan ketegangan dan kerugian-kerugian pada masyarakat. Dan pada sisi lain berhadapan dengan kesadaran "*common sence*" mengenai bisnis itu sendiri. Dengan demikian, pada konteks *pertama*, tugas utama etika bisnis dipusatkan pada upaya mencari cara untuk menyelaraskan kepentingan strategis suatu bisnis atau perusahaan dengan tuntutan moralitas. Tetapi penyelarasan disini bukan berarti hanya mencari posisi saling menguntungkan antara kedua tuntutan tersebut, melainkan merekonstruksi pemahaman tentang bisnis dan sekaligus mengimplementasikan bisnis sebagai media usaha atau perusahaan

[16] Muhammad. *Etika Bisnis Islami.* ..... Hal. 60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang bersifat etis. Etis dalam pengertian sesuai dengan nilai-nilai kebatilan, kerusakan, dan kedzaliman dalam bisnis pada sisi lainnya.

Kedua, etika bisnis bertugas melakukan perubahan kesadaran masyarakat tentang bisnis dengan memberikan suatu pemahaman atau cara pandang baru, yakni bahwa bisnis tidak terpisah dari etika. Bisnis merupakan aktifitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup (*survive)*, mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang pada kesemuanya secara inhern terdapat nilai-nilai etika.[17]

Untuk melakukan kedua tugas etika bisnis tersebut, diperlukan suatu sikap keberanian dan konsistensi. Sikap keberanian yang sesungguhnya telah dipunyai oleh sifat dasar manusia yaitu kebebasan berkehendak dan pertanggungjawaban. Namun, keberanian bukan dalam pengertian keberanian yang didasarkan atas dasar kekuatan dan superioritas, tetapi sifat keberanian dengan menganggap ringan terhadap suatu kesulitan demi meraih kebaikan. Sikap inilah yang dimaksud oleh Ibnu Maskawih sebagai keberanian sesungguhnya atau kebajikan sejati.[18]

d. Etika di dalam Konteks Organisasi.

Penting juga untuk diingat bahwa sementara etika merupakan fenomena individu, tindakan etis atau tidak etis oleh manajer tertentu

---

[17] Indriyo Gitosudarmo. *Pengantar Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 1999), hal. 9-10.
[18] Ibnu Miskawih. *Menuju Kesempurnaan Akhlak* (Bandung: Mizan, 1994), hal. 110-113.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak muncul begitu saja. Tentu saja, sering kali tindakan tersebut muncul di dalam konteks organisasi yang kondusif terhadap tindakan yang bersangkutan. Tindakan dari manajer dan manajer puncak, dan juga budaya organisasi, semuanya berkontribusi pada konteks etika organisasi.[19] Titik awal dalam memahami konteks etika dalam manajemen adalah tentu saja standar etika individu. Beberapa orang misalnya, akan mempertaruhkan rasa malu atau kehilangan pekerjaan mereka sebelum mereka melakukan sesuatu yang tidak etis.

Praktik organisasi mungkin mempengaruhi standar etika karyawan dengan kuat. Beberapa organisasi secara terbuka mengizinkan praktik bisnis yang tidak etis sepanjang hal itu dilakukan untuk kepentingan perusahaan. Jika manajer menyadari adanya praktek yang tidak etis dan mengizinkan hal itu terus berlangsung, berarti mereka telah berkontribusi terhadap budaya organisasi yang mengatakan bahwa aktivitas semacam itu di izinkan. Lingkungan organisasi juga berkontribusi terhadap konteks perilaku yang beretika. Di dalam industri yang sangat kompetitif atau sangat diatur, misalnya seorang manajer merasakan lebih banyak tekanan untuk mencapai kinerja yang tinggi. Ketika manajer merasakan tekanan untuk mencapai tujuan atau untuk menekan biaya, mereka mungkin mencari berbagai alternatif untuk membantu mereka mencapai tujuan

[19] Patricia H.Werhane, *Moral Imagination and management Decision Making* (New York: Oxford University Press, 1999), hal. 103.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut.[20] Dalam beberapa kasus, alternatif yang mereka adopsi mungkin tidak etis atau bahkan ilegal.

Manajer seharusnya berusaha keras untuk bertindak etis dalam berhadapan dengan karyawannya. Kadang-kadang tekanan dan stres yang mereka alami menyebabkan mereka menerapkan tekanan dan stres yang sama terhadap karyawan mereka, sering kali dengan cara yang tidak tepat.

e. Prinsip Penerapan Etika Bisnis.

Berikut ini adalah 10 Prinsip di dalam menerapkan Etika Bisnis yang positif :

1.) Etika Bisnis dibangun berdasarkan etika pribadi.

Tidak ada perbedaan yang tegas antara etika bisnis dengan etika pribadi. Kita dapat merumuskan etika bisnis berdasarkan moralitas dan nilai-nilai yang kita yakini sebagai kebenaran.

2.) Etika Bisnis berdasarkan pada *fairness*.

Apakah kedua pihak yang melakukan negosiasi telah bertindak dengan jujur? Apakah setiap konsumen diperlakukan dengan adil? Apakah setiap karyawan diberi kesempatan yang sama? Jika ya, maka etika bisnis telah diterapkan.

3.) Etika Bisnis membutuhkan integritas.

Integritas merujuk pada keutuhan pribadi,kepercayaan dan konsistensi. Bisnis yang etis memperlakukan orang dengan hormat,

[20] Griffin. *Manajemen*..... Hal. 105

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

jujur dan berintegritas. Mereka menepati janji dan melaksanakan komitmen.

4.) Etika Bisnis membutuhkan kejujuran.

Bukan jamannya lagi bagi perusahaan untuk mengelabuhi pihak lain dan menyembunyikan cacat produk. Zaman sekarang adalah era kejujuran. Pengusaha harus jujur mengakui keterbatasan yang dimiliki oleh produknya.

5.) Etika Bisnis harus dapat dipercayai.

Jika perusahaan anda terbilang baru, sedang tergoncang atau mengalami kerugian, maka secara etis anda harus mengatakan dengan terbuka kepada klien atau *stakeholder* anda.

6.) Etika Bisnis membutuhkan perencanaan bisnis.

Sebuah perusahaan yang beretika dibangun di atas realitas sekarang, visi atas masa depan dan perannya di dalam lingkungan. Etika bisnis tidak hidup di dalam ruang hampa. Semakin jelas rencana sebuah perusahaan tentang pertumbuhan, stabilitas, keuntungan dan pelayanan, maka semakin kuat komitmen perusahaan tersebut terhadap praktik bisnis.

7.) Etika Bisnis diterapkan secara internal dan eksternal.

Bisnis yang beretika memperlakukan setiap konsumen dan karyawannya dengan bermartabat dan adil. Etika juga diterapkan di dalam ruang rapat direksi, ruang negosiasi, di dalam menepati janji, dalam memenuhi kewajiban terhadap karyawan, buruh,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasok, pemodal dll. Singkatnya, ruang lingkup etika bisnis itu universal.

8.) Etika Bisnis membutuhkan keuntungan.

Bisnis yang beretika adalah bisnis yang dikelola dengan baik, memiliki sistem kendali internal dan bertumbuh. Etika adalah berkenaan dengan bagaimana kita hidup pada saat ini dan mempersiapkan diri untuk masa depan. Bisnis yang tidak punya rencana untuk menghasilkan keuntungan bukanlah perusahaan yang beretika.

9.) Etika Bisnis berdasarkan nilai.

Perusahaan yang beretika harus merumuskan standar nilai secara tertulis. Rumusan ini bersifat spesifik, tetapi berlaku secara umum. Etika menyangkut norma, nilai dan harapan yang ideal. Meski begitu, perumusannya harus jelas dan dapat dilaksanakan dalam pekerjaan sehari-hari.

10.) Etika Bisnis dimulai dari pimpinan.

Ada pepatah, "Pembusukan ikan dimulai dari kepalanya." Kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap corak lembaga. Perilaku seorang pemimpin yang beretika akan menjadi teladan bagi anak buahnya. Di dalam persaingan dunia usaha yang sangat ketat ini, etika bisnis merupakan sebuah harga yang tidak dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditawar lagi. Seorang konsumen yang tidak puas, rata-rata akan mengeluh kepada 16 orang di sekitarnya.[21]

Dalam zaman informasi seperti ini, baik buruknya sebuah dunia usaha dapat tersebar dengan cepat dan massif. Memperlakukan karyawan, konsumen, pemasok, pemodal dan masyarakat umum secara etis, adil dan jujur adalah satu-satunya cara supaya kita dapat bertahan di dalam dunia bisnis sekarang.

2. Tinjauan Mengenai Corporate Sosial Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan).

a. Pengertian Corporate Sosial Responsibility.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tuntutan dalam dunia bisnis tidak hanya dalam ruang lingkup nasional tetapi juga merupakan tuntutan dalam dunia bisnis internasional. Meskipun demikian belum ada kesepakatan mengenai definisi CSR yang dapat dipakai secara global sehingga pengertian CSR dapat berbeda-beda terlebih lagi mengenai tentang bentuk-bentuk pelaksanaan CSR itu sendiri.

Terdapat berbagai pengertian CSR di dunia Internasional seperti yang dikemukakan oleh *World Business Council for Sustainable*

---

[21] Prof. Dr. Kees Bertens, MSC. *Pengantar Etika Bisnis.* (Yogyakarta: Kanisius, 2000), Hal. 65. Wahyu Setiyo Wibowo. Profesi Akt/ Investigasi. *"10 Prinsip Penerapan Etika"* (http://www.gudono.com/apps/forums/topics/show/3251070-10-prinsip-penerapan-etika-bisnis?page=last diakses pada tanggal 18 November 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Development (WBCSD)[22] yaitu : "*Corporate Social Responsibility is the 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 the local community and society at large*"[23] yang artinya "CSR adalah merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya".

Masyarakat Uni Eropa (*European Commission*) memberikan pengertian CSR *yaitu* : "*A concept whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment. A concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basis*", yang artinya : CSR sebagai komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk beroperasi dan bertindak secara legal dan etis, dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, begitu juga dengan peningkatan kualitas hidup komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

---

[22] *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* adalah suatu lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 dan beranggotakan dari 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara.

[23] Mallen Baker, "*Corporate social responsibility - what does it means?*" (http://www.mallenbaker.net/csr/definition.php diakses pada tanggal 18 November 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.[24] Meski terlihat mudah dalam definisinya, tanggung jawab sosial merupakan konsep yang sukar untuk difahami, karena orang yang berbeda memiliki keyakinan yang berbeda mengenai tindakan apa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.[25]

Dari pengertian-pengertian di atas secara umum CSR dapat diartikan sebagai tindakan sebagai perwujudan etika bisnis yang bertujuan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang akan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta organisasi itu sendiri. Untuk bagan *corporate social responsibility* dapat dilihat pada gambar 2.2

b. Timbulnya Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

Beberapa ayat suci Al-Qur'an yang menjelaskan tentang pentingnya tanggung jawab adalah :

---

[24] "*Tanggung jawab Sosial Perusahaan*", (http://id.wikipedia.org/wiki/Tanggung_jawab_sosial_perusahaan diakses pada 25 Oktober 2010)
[25] Richard L. Daft. *Management* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal. 213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِۦ عِلْمٌ ۚ إِنَّ ٱلسَّمْعَ وَٱلْبَصَرَ وَٱلْفُؤَادَ كُلُّ أُو۟لَـٰٓئِكَ

كَانَ عَنْهُ مَسْـُٔولًا ﴿٣٦﴾

Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabannya. (QS. Al-Isra' : 36)

أَيَحْسَبُ ٱلْإِنسَـٰنُ أَن يُتْرَكَ سُدًى ﴿٣٦﴾

Apakah manusia mengira, bahwa ia akan dibiarkan begitu saja (tanpa pertanggung jawaban)? (Al-Qiyamah : 36)

Setiap manusia berhak melakukan sesuatu hal yang memang ingin mereka lakukan. Bagai dua sisi mata uang, pekerjaan dan tanggung jawab adalah dua tindakan yang saling terkait dan berkesinambungan. Setiap pekerjaan memiliki resiko yang berbeda-beda, ada yang beresiko ringan dan ada pula yang beresiko tinggi. Apapun itu, sebagai pelaku manusia harus bisa mempertanggung jawabkan atas apa yang telah ia lakukan. Di manapun itu, tidak terkecuali di lingkungan bisnis. Bentuk tanggung jawab dalam lingkungan bisnis biasa disebut dengan sebutan CSR atau *Corporate Social Responsibility.* CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan.

Fenomena tanggung jawab sosial perusahaan ini baru muncul 30 tahun terakhir. Kemajuan industri setelah Perang Dunia II dan munculnya negara sebagai aktor dalam peningkatan kualitas hidup menimbulkan berbagai macam isu yang justru merusak kualitas sosial. Kegiatan perusahaan dapat mempengaruhi kualitas sosial manusia positif atau negatif.[26] Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998) karya John Elkington.

Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth, environmental protection, dan social equity* yang digagas *the World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam Brundtland Report (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P *(profit, planet, dan people).* Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka *(profit),* tetapi memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan *(planet)* dan kesejahteraan masyarakat *(people).*

Di Indonesia, istilah CSR semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA

[26] Sofyan Syafri Harahap. *Manajemen Kontemporer*..... hal. 319.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(corporate social activity) atau aktifitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya sebagai CSR, secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang merepresentasikan bentuk "peran serta" dan "kepedulian" perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan.[27]

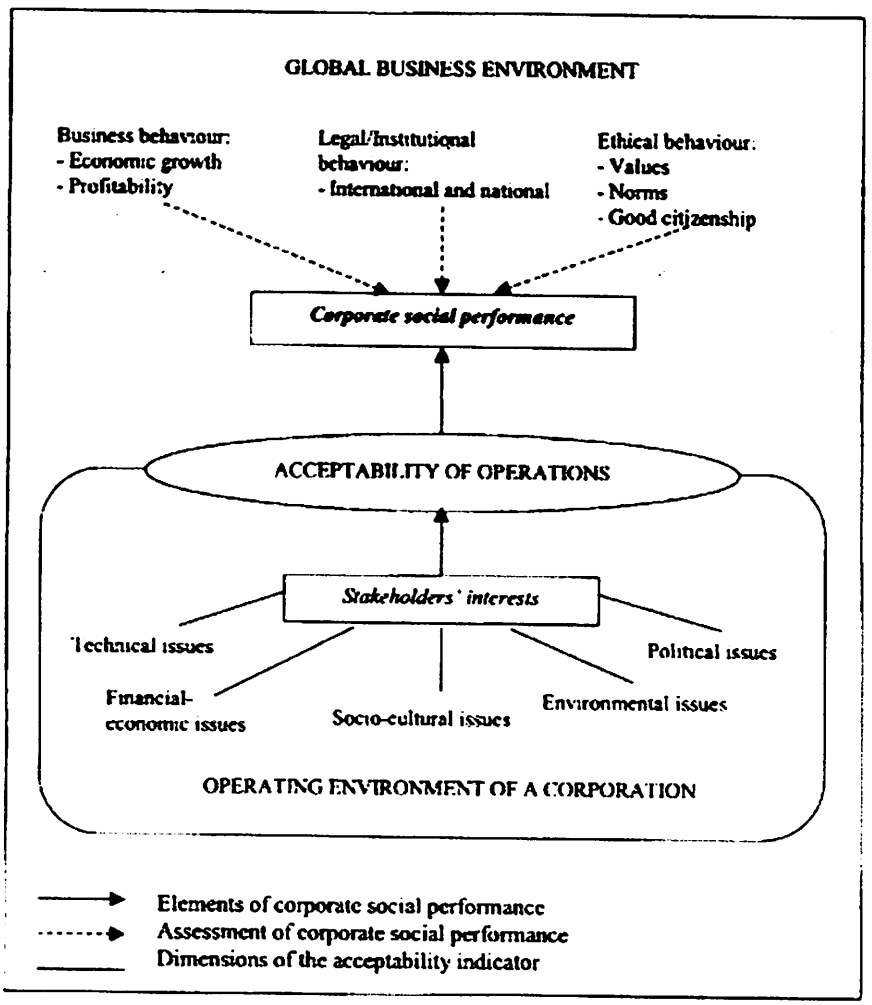
Terjadi perubahan sikap para ahli dan pengambil keputusan terhadap peranan bisnis dan unit pemerintahan dalam kaitannya dengan efek sosial yang ditimbulkannya, kesejahteraan individu ke arah kesejahteraan sosial, mencari keuntungan sebesar-besarnya tanpa melihat efek sampingan ke arah mencari laba yang berwawasan lingkungan, timbulnya departemen (unit) pemerintahan yang mengurus lingkungan hidup, sejalan dengan kemunculan tanggung jawab perusahaan itu. Harapan agar perusahaan memiliki tanggung jawab sosial bisa didorong oleh fenomena alamiah, kesadaran sosial, kesadaran pimpinan, atau tuntutan masyarakat luas.

---

[27] Prof. Dr. Erman Rajagukguk, S.H. LL.M (Ahli Hukum Bisnis FH UI). "*Workshop : Konsep dan Perkembangan pemikiran Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*" (Yogyakarta: Pusham UI, 2008), hal. 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Figure 1. Implementation of corporate social performance



Gambar 2.2 Lingkungan operasional dari sebuah perusahaan.[28]

c. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

Tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah organisasi untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana ia berada. Sebuah organisasi mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain, antara lain

[28] Mirja Mikkila, "*Acceptability of operations as an indicator of corporate social performance*", Volume.12 Number.1 January 2003.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah sebagai berikut : pada pelaku organisasi, pada lingkungan alam, dan pada kesejahteraan sosial secara umum.[29]

Menurut ilmuan lain John Elkington (1997) yang juga sebagai seorang akademisi, merumuskan *Triple Bottom Line* (TBL) atau tiga faktor utama operasi perusahaan dalam kaitannya dengan lingkungan dan manusia, yaitu faktor manusia dan masyarakat *(people)*, faktor ekonomi dan keuntungan *(profit)*, serta faktor lingkungan *(Planet)*. Ketiga faktor ini juga terkenal dengan sebutan triple-P (3P) yaitu *people, profit and planet*. Ketiga faktor ini berkaitan satu sama lain. Masyarakat tergantung pada ekonomi; ekonomi dan keuntungan perusahaan tergantung pada masyarakat dan lingkungan, bahkan ekosistem global. Ketiga komponen TBL ini bersifat dinamis tergantung kondisi dan tekanan sosial, politik, ekonomi dan lingkungan, serta kemungkinan konflik kepentingan.

TBL digunakan sebagai kerangka atau formula untuk mengukur dan melaporkan kinerja perusahaan mencakup parameter-parameter ekonomi, sosial dan lingkungan dengan memperhatikan kebutuhan stakeholders (konsumen, pekerja, mitra bisnis, pemerintah, masyarakat lokal dan masyarakata luas) dan *shareholders*, guna meminimalkan gangguan atau kerusakan pada manusia dan lingkungan dari berbagai aktifitas perusahaan.

---

[29] Jay B.Barney dan Ricky W.Griffin. *Manajemen Organisasi* (USA: Houghton Mifflin Company, 1992), hal. 726.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

TBL bukan skedar laporan kinerja tetapi juga sebagai suatu pendekatan untuk memperbaiki pengambilan keputusan tentang kebijakan dan program ke arah yang lebih baik dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, lingkungan dan masyarakat sekaligus. Penerapan konsep TBL ini berkembang pesat di Amerika, Kanada, Eropa dan Australia. Berbagai di Indonesia juga mulai menerapkannnya.

Prinsip TBL secara legal sudah lama dianut pemerintah Indonesia, sejak negara Indonesia berdiri, seperti tercantum dalam pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945: "*Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan diperuntukkan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat*". Bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya merupakan komponen *planet* atau lingkungan dari konsep TBL. Kemakmuran merupakan komponen *profit* atau ekonomi dari konsep TBL. Rakyat merupakan komponen *people* atau masyarakat dari konsen TBL. Hal ini berarti pengelolaan sumberdaya alam Indonesia seharusnya ditujukan untuk peningkatan kualitas manusia dan lingkungannnya (kemakmuran rakyat).[30]

Berdasarkan konsep TBL tersebut seharusnya konsep dan implementasi CSR mencakup aspek ekonomi, lingkungan dan sosial

---

[30] Corporate Social Responsibility, "*Tanggung jawab Sosial Perusahaan dan Masyarakat*", Pamadi Wibowo Associate LabSosio Universitas Indonesia. (http://fema.ipb.ac.id/index.php/lingkungan-masyarakat-dan-tanggung-jawab-sosial-perusahaan-csr/) diakses pada tanggal 22 Oktober 2010)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam peningkatan kualitas hidup pekerja beserta keluarganya serta masyarakat, termasuk konsumen. Dalam perjalanannya, implementasi CSR kadangkala mengalami pembiasan dari nilai-nilai CSR yang "asli". Pembiasan itu tampak manakala perusahaan hanya melakukan kegiatan bantuan atau *charity* atau "pemadam konflik sementara" kepada masyarakat yang kemudian dianggap sebagai program CSR. Pada hal CSR ideal tidak sekedar sebagai program bantuan untuk menghindari tekanan dari pihak lain, misalnya tekanan masyarakat ataupun sebagai alat kehumasan untuk membentuk citra baik, melainkan merupakan kegiatan pemberdayaan yang berkesinambungan ke arah yang lebih baik.

d. Penerapan Konsep Tanggung Jawab dalam Etika Bisnis.

Jika seorang pengusaha muslim berperilaku secara tidak etis, ia tidak dapat menyalahkan tindakannya pada persoalan tekanan bisnis ataupun pada kenyataan bahwa setiap orang juga berperilaku tidak etis. Ia harus memikul tanggung jawab tertinggi atas tindakannya sendiri. Konsep ini bertalian erat dengan konsep kesatuan, keseimbangan dan kehendak bebas. Semua kewajiban harus dihargai kecuali jika secara moral salah.[31] Tanggung jawab sangat terkait dengan hak dan kewajiban, yang pada akhirnya dapat menimbulkan kesadaran tanggung-jawab. Ada dua bentuk kesadaran: *Pertama*, kesadaran yang muncul dari hati nurani seseorang yang sering disebut dengan etika

[31] Muhammad. *Etika Bisnis Islami.* ..... Hal. 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan moral. *Kedua*, kesadaran hukum yang bersifat paksaan berupa tuntutan-tuntutan yang diiringi sanksi-sanksi hukum.

Dalam konteks corporate *social responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial, para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.[32] Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

e. Bentuk Ideal Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

Untuk mendapatkan format ideal tanggung jawab sosial perusahaan, beberapa hal yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1.) Perusahan harus melakukan analisis celah antara apa yang ideal harus dilakukan dengan apa yang telah dilakukan (*existing*) saat ini. Hasil dari analisis celah ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk mendapatkan solusi yang benar-benar

[32] *Yusro Widiastomo, "CSR dalam Perspektif Islam"*, (http://jurnalnajmu.wordpress.com/2007/11/16/csr-dalam-perspektif-islam/ diakses pada tanggal 18 November 2010).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibutuhkan sehingga kehadiran perusahaan tersebut memberikan dampak positif bagi *stakeholder*.

2.) Konsistensi dalam menjalankan komitmen harus menjadi bagian dan gaya hidup dari semua level manajemen perusahaan. Oleh karenanya tanggung jawab sosial perusahaan harus menjadi bagian dalam *strategic plan* perusahaan mulai di mulai dari penentuan visi, misi, strategi, *core belief, core value*, program, penyusunan anggaran sampai kepada evaluasi. Tujuan dengan adanya *strategic plan* ini adalah untuk menjaga kesinambungan perusahaan di masa yang akan datang. Di dalam *strategic plan* faktor tanggung jawab sosial harus menjadi bagian dari *road map* perusahaan dalam rangka mencapai *good corporate governance (GCG)*. Untuk mengevalusi penerapan *strategic plan* ini diperlukan alat yang dapat menjadi pedoman perusahaan di dalam menilai kinerja yang dihasilkan. Alat yang digunakan dapat berupa metode *balanced scorecard* atau hanya penerapan *key performance indicator* disetiap objektif yang ingin dicapai.

3.) Sudah saatnya tanggung jawab sosial perusahaan dikelola oleh suatu divisi tersendiri secara professional sehingga pertanggung jawaban terhadap manajemen dan *stakeholder* dapat transparan dan terukur kinerjanya. Divisi ini diberikan otoritas untuk dapat memutuskan secara cepat dan tuntas semua perkara (isu) yang berhubungan dengan para *stakeholder*. Divisi ini harus dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjalin hubungan yang harmonis dengan pemerintah sebagai regulator, lembaga swadaya masyarakat, asosiasi yang berhubungan, dan masyarakat sehingga keputusan yang diambil dapat mengakomodir semua kepentingan. Dalam prakteknya staff dari divisi ini dapat diisi oleh personal dari berbagai perwakilan yang ada di *stakeholder*.

4.) Idealnya, pemerintah juga harus memiliki departemen yang berfokus untuk menangani regulasi tanggung jawab sosial perusahaan sehingga dapat menjadi mediator dan fasilitator bagi semua pihak yang berkepentingan. Fungsi lainnya dari departemen ini adalah sebagai auditor yang memberikan rangking dalam periode tertentu bagi semua perusahaan sesuai dengan bidang dan kelasnya, dengan adanya ranking ini memicu perusahaan untuk serius menangani masalah tanggung jawab sosial perusahaan. Departemen ini harus juga melibatkan institusi pendidikan dan akademisi untuk menjaga transparansi dalam proses audit.

5.) Pada era teknologi saat ini, peranan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sudah menjadi keharusan bukan lagi sebagai pendukung perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat memanfaatkan TIK semaksimal mungkin untuk menciptakan proses yang efisien, efektif, transparan, dan dapat dipertanggung jawabkan. Misalkan dengan menggunakan *software*, *internet*, *portal*, dan *teleconference* sebagai alat komunikasi dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

stakeholder yang terintegrasi dengan proses bisnis yang ada dalam perusahaan.[33]

Sudah saatnya setiap perusahaan memberikan perhatian yang serius kepada masalah tanggung jawab sosial, karena terbukti tanggung jawab sosial perusahaan memiliki peranan yang signifikan dalam keberhasilan perusahaan di masa yang akan datang. Disamping itu, tanggung jawab sosial perusahaan dapat menyeimbangkan perusahaan dalam mencapai tujuan komersil dan tujuan non komersial.

f. Pandangan Islam Tentang CSR.

Dalam hukum, tanggung jawab sangat terkait dengan hak dan kewajiban. Islam menganjurkan tanggung jawab agar mampu mengendalikan diri dari tindakan melampaui batas kewajaran dan kemanusiaan. Tanggung jawab bersifat luas karena mencakup hubungan manusia dengan manusia, lingkungan dan Tuhannya. Setiap manusia harus dapat mempertanggungjawabkan perbuatannya. Seorang mukallaf (baligh dan berakal) dibebani tanggung jawab keagamaan melalui pertanggung-jawaban manusia sebagai pemangku amanah Allah di muka bumi (*khalifah fi al-ardl*)[34]. Tanggung jawab tersebut perlu diterapkan dalam berbagai bidang.

Menurut Sayyid Qutb, Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan

---

[33]Dr. A. Sonny Keraf. *Etika Bisnis, Tuntutan dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hal. 73.

[34] Muhammad. Etika Bisnis Islami..... Hal. 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial dan, antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Menurutnya, sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain:

1.) Pelaku-pelaku organisasi, meliputi :

a. Hubungan perusahaan dengan pekerja (QS. An-Nisa ayat 149).

b. Hubungan pekerja dengan perusahaan.

c.Hubungan perusahaan dan pelaku usaha lain, seperti ; distributor, konsumen, pesaing.

2.) Lingkungan alam(QS. Al-A'raf ayat 56).

3.) Kesejahteraan sosial masyarakat.[35]

Dalam ekonomi, pelaku usaha, perusahaan atau badan usaha lain bertanggung jawab mempraktekannya di dalam lapangan pekerjaan, yaitu tanggung jawab kepada Allah atas perilaku dan perbuatannya yang meliputi : tanggung jawab kelembagaan, tanggung jawab hukum dan tanggung jawab sosial. Dalam tanggung jawab sosial, seseorang (secara moral) harus mampu mempertanggung jawabkan perbuatannya terhadap masyarakat apabila melakukan perbuatan tercela. Tanggung jawab sosial ini diiringi norma-norma sosial, karenanya rasa malu dalam diri seseorang dapat memperkuat tanggung jawab sosialnya.

---

[35] CSR dalam perspektif Islam. *Sebuah Kajian Lisensi, Pdf.* (http;corporate-social-responsibility-_-4-presentasi-kajian-lisensi, di akses pada tanggal 15 Februari 2011)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Manusia harus konsisten untuk melakukan tanggung jawab terhadap sesama dan lingkungannya (ekologi), karena manusia berada pada dinamika keduanya. Dunia bisnis hidup di tengah-tengah masyarakat. Kehidupan bisnis tak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Berbagai pelanggaran lingkungan, seperti langkanya air bersih akibat limbah pabrik, makanan beracun dan sebagainya telah menyumbangkan berbagai penyakit bahkan kematian warga yang mengkonsumsi. Hal itu, merupakan perbuatan melanggar hukum secara tidak langsung yang harus dipertanggung jawabkan pihak pelaku usaha, perusahaan atau badan-badan komersial. Setiap perbuatan berbahaya dalam Islam tidak dibenarkan (*ghairu masyru'a*) dan setiap perbuatan tidak dibenarkan yang membawa bahaya harus dipertanggung jawabkan, baik kerugian bahaya materil atau jiwa sebagai akibat buruk dari produk pelaku usaha. Beberapa prinsip Islam dalam menjalankan bisnis yang berkaitan dengan CSR :

1.) Menjaga lingkungan dan melestarikannya (Surat Al-Maidah : 32).
2.) Upaya untuk menghapus kemiskinan (Surat Al-Hasyr : 7).
3.) Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar (Surat Al-Maidah : 103).
4.) Jujur dan amanah (Surat Al-Anfal : 27).[36]

---

[36] Ade Ilham Wahyudi. "*Pandangan Islam Tentang CSR*", (http:/ Tanggung-Jawab-Sosial-Perspektif-Islam-September-202007.html diakses pada tanggal 16 Februari)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Menguraikan penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian ini, digunakan untuk mengetahui masalah mana yang belum diteliti secara mendalam oleh peneliti terdahulu. Selain itu, juga sebagai perbandingan antara fenomena yang hendak diteliti dengan hasil studi terdahulu yang serupa. Dari penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, adapun masing-masing peneliti mempunyai sudut pandang yang berbeda dalam penelitian mereka.

1. Elisa Monika Bangun (060904096), Pengaruh Implementasi Program Corporate Social Responsibility Beasiswa dan Citra Perusahaan (Studi Kasus Pengaruh Implementasi Program *Corporate Social Responsibility* Beasiswa Djarum Terhadap Peningkatan Citra Positif Perusahaan PT Djarum pada Mahasiswa USU), Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2010.

   Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Implementasi Program *Coorporate Sosial Responsibility* Beasiswa Djarum berhasil meningkatkan citra positif Perusahaan PT Djarum dan hubungan itu memiliki nilai yang cukup berarti.

   Persamaan dengan penelitian ini terletak pada aspek yang digunakan sebagai subjek pembahasan, yakni program CSR yang telah dilaksanakan oleh PT. Djarum. Adapun perbedaan yang cukup signifikan adalah kajian yang diteliti pada penelitian tersebut adalah mengenai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KEMENTERIAN PENDIDIKAN SURABAYA IAIN SUNAN AMPEL

sejauhmana pengaruh implementasi program Corporate Social Responsibility beasiswa Djarum terhadap peningkatan citra positif perusahaan pada mahasiswa USU. Sedangkan dalam penelitian ini, kajian yang diteliti adalah mengenai penerapan etika bisnis yang dilaksanakan PT. Djarum melalui beberapa bentuk program CSR-nya, terutama yang berupa Djarum Bakti Pendidikan.

2. Herman Chandra (17860), Bentuk-Bentuk CSR Sebagai Tanggung Jawab Perseroan Terbatas Terhadap Masyarakat (Studi Kasus Di PT. Djarum), Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Diponegoro, 2010.

   Dari penelitian tersebut telah diperoleh suatu kesimpulan bahwa ternyata belum ada format baku mengenai bentuk-bentuk CSR dalam dunia bisnis baik itu yang ditetapkan melalui forum bisnis maupun hukum positif masing-masing negara. Pertanggungjawaban PT bersifat relatif tergantung dari dasar dilakukannya CSR tersebut, pelaksanaan CSR berdasarkan kesukarelaan tentu tidak memiliki kosekuensi apapun, namun apabila CSR dilakukan berdasarkan kesadaran akan kewajiban maka PT tentu memiliki batasan tanggung jawab yang jelas terlebih lagi jika kewajiban tersebut kewajiban yuridis.

   Penelitian tersebut hampir memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam aspek bentuk pelaksanaan program CSR yang dilakukan sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggung jawabnya. Akan tetapi, penelitian tersebut juga memiliki perbedaan yang cukup signifikan mengenai kajian yang diteliti. Dalam penelitian ini aspek yang dikaji adalah penerapan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

beberapa program CSR yang diterapkan di perusahaan dalam skala nasional dan internasional, serta mengenai prinsip pertanggungjawaban PT dalam pelaksanaan CSR. Sedangkan dalam penelitian ini mengkaji tentang program CSR yang dilaksanakan PT. Djarum serta bagaimana cara Djarum dalam mengimplementasikan etika bisnis melalui beberapa kegiatan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id