

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya, semua perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya dari berbagai macam bentuk dan setiap perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam beberapa cara tentunya sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, bisnis sepenuhnya bergantung pada masyarakat karena hanya dapat berkembang dengan masyarakat di mana individu tidak dapat menghasilkan semua kebutuhan dan keinginannya sendiri, masyarakat yang stabil dan terorganisir dengan baik merupakan faktor penting yang memungkinkan seseorang untuk terlibat dalam bisnis, oleh karena itu perlu adanya pembangunan komunitas bisnis yang baik, dengan tujuan untuk menunjukkan kepedulian kepada masyarakat yang menopang lingkungan ideal bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis dan mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, apabila bisnis perusahaan ingin tetap bertahan dalam jangka panjang, bisnis baru sesuai dengan kebutuhan dan tuntunan masyarakat (Yuliani, 2002:51)

Untuk menjaga keseimbangan perusahaan perlu adanya perubahan dan peningkatan dalam mencapai struktur yang baik. Salah satu cara perusahaan untuk membangun reputasi dan citra yang baik umumnya melalui program tanggung jawab sosial yang dilaksanakan sedemikian rupa sehingga memungkinkan perusahaan untuk tumbuh dan terus meningkatkan kinerjanya, CSR adalah suatu pendekatan di mana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial ke dalam bisnis mereka dan interaksi dengan pemangku kepentingan, berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan, membimbing dan mengendalikan perusahaan untuk mencapai keseimbangan antara kekuasaan dan wewenang perusahaan (Christin, 2022:115).

Kegiatan CSR ini dapat membentuk citra perusahaan jika didasarkan pada motif yang adil, namun akan menjadi tidak efektif jika motif yang adil tersebut menjadi tidak jelas dan justru dapat merusak citra perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi pentingnya evaluasi kegiatan CSR adalah manfaat dan alasan dilakukannya kegiatan CSR tersebut dilaksanakan (Dian, 2014). Ada tiga alasan

penting mengapa kalangan dunia usaha harus merespon dan mengembangkan isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, sehingga wajar jika perusahaan mempertimbangkan kepentingan masyarakat. *Kedua*, bisnis dan masyarakat harus masuk ke dalam hubungan simbiosis timbal balik. *Ketiga*, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu cara untuk mengurangi atau bahkan menghindari konflik sosial (Asy'ari, 2009).

Pada intinya tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah kewajiban perusahaan atau organisasi bisnis untuk menjadi bagian dalam kegiatan yang memiliki tujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang baik dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan, termasuk citra positif (Dina, 2020). Program tanggung jawab sosial tidak lagi dilihat sebagai *cost center* tetapi sebagai *profit center* untuk masa depan. Menurut pandangan agama Islam, CSR adalah kewajiban pengusaha yang dikecualikan dari penghasilan yang termasuk dalam kewajiban membayar zakat, infaq atau sedekah. (Nurlaila, 2017:3)

CSR dalam Islam bukanlah suatu yang baru, tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al Quran.

Allah berfirman dalam Q.S Al-Taghabun 16 :

مَا أَصْدَقَ عِدَاكُمْ ۚ إِنَّكُمْ وَأَنْتُمْ بِكُمْ وَأَطْرِبُكُمْ وَأَنْتُمْ بِكُمْ وَأَنْتُمْ بِكُمْ وَأَنْتُمْ بِكُمْ
لَا زُنُوسَ لَكُمْ ۖ وَكَيْفَ تُمْسِكُونَ شُهُوقَ شُهُوقِ رَحْمَةٍ لِّدَائِرِكُمْ ۚ أَلَمْ يَكُنْ
هُمُ أَهْلًا لِّكُمْ فَطَحُونَ ۖ

Fattaqullāha mastata'tum wasma'u wa atī'u wa anfiqu khairal li'anfusikum, wa may yuqa syuhḥa nafsihā fa ulā'ika humul-muflihūn

Artinya : “Maka bertakwalah kamu kepada Allah menurut kesanggupanmu dan dengarlah serta taatlah dan nafkahkanlah nafkah yang baik untuk dirimu. Dan barang siapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya maka mereka itulah orang – orang yang beruntung. (Q.S Al-Taghabun: 16) (Drs. H. Muhammad Shohib, MA, 2016)

Ayat di atas menjelaskan tanggung jawab seorang muslim untuk menolong sesama melalui sumbangan, segala bentuk kecongkakan dan kekikiran adalah perbuatan yang sangat dibenci dalam Islam

CSR dalam Islam dilandasi oleh keadilan yaitu keseimbangan antara hak pribadi dengan kewajiban serta tanggung jawabnya kepada orang lain atau antara

kepentingan pribadi dengan mementingkan kepentingan orang lain. Islam mengakui sifat *self interest* manusia namun harus dilaksanakan dalam koridor keadilan dan kebaikan. Oleh sebab itu keseimbangan dan memperhatikan kepentingan orang lain serta kepentingan pribadi menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dalam konsep CSR dalam Islam (Nurlaila, 2017:4)

Dalam konteks ini, maka CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. Perusahaan memasukkan norma – norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial didalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara – cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah. CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI (*Accounting And Auditing Organization For Islamic Financial Institutions*) yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religious, ekonomi, hukum, etika, dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediari baik individu mau pun institusi (Budi, 2015)

Penerapan CSR dan fungsi CSR dapat dilihat pada perusahaan, salah satunya yakni perusahaan PT Semen Indonesia Distributor (SID) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sekaligus pendistribusian produk semen dan non semen sekaligus PT Semen Indonesia Distributor juga menyediakan material untuk keperluan industri dengan perkembangan yang cukup pesat. Perusahaan ini sudah cukup lama berdiri tetapi awal mula berdiri hanya memiliki satu cabang dan kemudian berkembang pesat dan pada tahun 2017 ketika perusahaan mengubah namanya menjadi PT Semen Indonesia Distributor (SID) yang awal mulanya bernama PT Waru Abadi, dan perusahaan ini seharusnya melakukan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) dengan cukup baik, walaupun sudah berada di lingkup Semen Indonesia Group (SIG), tetapi juga masih menjadi anak usaha SILOG (Semen Indonesia Logistik). Untuk itu penelitian ini melihat maupun menganalisa implementasi kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) sudah terlaksana dengan baik dan sudah sesuai dengan

perpekstif islam tentunya, karena *corporate social responsibility* (CSR) sendiri mempunyai peran cukup penting terhadap perusahaan.

Dari uraian latar belakang diatas, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdapat di PT Semen Indonesia Distributor dengan judul **“IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (PT. SEMEN INDONESIA DISTRIBUTOR) DALAM PERPEKSTIF ISLAM”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka, rumusan masalah ini yakni Bagaimana implementasi program *corporate social responsibility* (CSR) PT Semen Indonesia Distributor (SID dalam perpekstif Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk menganalisis tentang pelaksanaan program *corporate social responsibility* (CSR) pada PT Semen Indonesia Distributor (SID) ditinjau dari perpekstif Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas dan memperkaya wawasan keilmuan dalam bidang *Corporate Social Responsibility* (CSR) khususnya dilihat dari perpekstif Islam

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi kalangan akademisi atau praktisi diharapkan dapat dijadikan referensi dan dasar untuk melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.
- b. Bagi perusahaan diharapkan dapat benar – benar menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sesuai perpekstif Islam
- c. Bagi masyarakat bisa dijadikan informasi tentang pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial pada PT Semen Indonesia Distributor.

1.5 Batasan Penelitian

Agar pembahasan studi tidak terlalu menyimpang dan fokus pada masalah utama, penulis dengan jelas membatasi sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini lebih terfokus pada Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam tinjauan perpekstif Islam pada PT Semen Indonesia Distributor (SID). Peneliti hanya akan menjelaskan lebih mendetail tentang empat prinsip perpekstif Islam yakni Al Adl, Al Ihsan, Manfaat, dan amanah.
2. Objek penelitian adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan PT Semen Indonesia Distributor (SID).

