

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Sofa Paramita Armandasari (2011) menyatakan bahwa secara umum PT. Aneka Tambang Tbk dan PT. Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk memiliki tingkat kepatuhan pelaporan kinerja sosial yang sama untuk keseluruhan indikator dalam konteks kesesuaian dengan pedoman GRI-G3.

Aduwi Narita Rachma (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Kedua perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik. Pemenuhan atas indikator kinerja GRI juga cukup tinggi. Namun, kedua perusahaan belum melaporkan kegiatannya secara khusus.

Tias Komalasari Dewi (2010) menyatakan bahwa bentuk pertanggungjawaban sosial PT. Antam Tbk dan PT. Timah Tbk pada tahun 2008 dalam pemenuhan indikator kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan GRI menunjukkan bahwa kedua perusahaan mengungkapkan bentuk tanggung jawab sosialnya namun masih ada kriteria yang tidak diungkapkan. Untuk lebih jelasnya lihat tabel rekapitulasi penelitian terdahulu di bawah ini.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu (*Theoretical Mapping*)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Pendekatan	Metode Penggalian dan Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Sofa Paramita Armandasari (2011)	Analisis Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Melalui <i>Sustainability Report</i> Berdasarkan <i>Global Reporting Initiative</i> (Studi Perbandingan PT. Tambang Bukit Batubara Bukit Asam (persero) Tbk dan PT. Aneka Tambang Tbk)	Untuk mengetahui perbandingan <i>Sustainability Report</i> yang dikeluarkan oleh PT. Tambang Bukit Batubara Bukit Asam (persero) Tbk dan PT. Aneka Tambang Tbk berdasarkan kesesuaian dengan pedoman yang diterbitkan oleh <i>Global Reporting Initiative</i>	Pendekatan kualitatif deskriptif	Metode Dokumentasi dengan cara pengkajian data berupa <i>Sustainability Report</i> berdasarkan indikator GRI-G3	<ul style="list-style-type: none"> -PT. Aneka Tambang Tbk memiliki tingkat kepatuhan pelaporan kinerja sosial yang lebih tinggi untuk indikator inti dibandingkan dengan PT. Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk dalam konteks kesesuaian dengan pedoman GRI-G3. -PT. Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk memiliki tingkat kepatuhan pelaporan kinerja sosial yang lebih tinggi untuk indikator tambahan dibandingkan dengan PT. Aneka Tambang Tbk dalam konteks kesesuaian dengan pedoman GRI-G3. -Secara umum PT. Aneka Tambang Tbk dan PT.

						Tambang Batubara Bukit Asam (persero) Tbk memiliki tingkat kepatuhan pelaporan kinerja sosial yang sama untuk keseluruhan indikator dalam konteks kesesuaian dengan pedoman GRI-G3.
2	Aduwi Narita Rachma (2010)	Analisis Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Pemenuhannya Terhadap Indikator Kinerja <i>Global Reporting Initiative</i> (Studi Perbandingan pada PT. Kertas Leces (persero) Tbk dan PT. Kutai Timber Indonesia)	Untuk mengetahui bentuk-bentuk penerapan <i>corporate social responsibility</i> oleh perusahaan, dan menilai pemenuhan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap indikator kinerja <i>Global Reporting Initiative</i> .	Pendekatan kualitatif deskriptif	Metode Observasi dan dokumentasi. Penggalan data dilakukan dengan cara melakukan observasi terhadap kegiatan CSR PT. Kertas Leces dan PT. Kutai Timmber Indonesia dan melakukan analisis kinerja CSR berdasarkan	Kedua perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial dengan baik. Pemenuhan atas indikator kinerja GRI juga cukup tinggi. Namun, kedua perusahaan belum melaporkan kegiatannya secara khusus.

					indikator GRI	
3	Tias Komalasari Dewi (2010)	Analisi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan melalui <i>Sustainability Report</i> Berdasarkan <i>Global Reporting Initiative</i> (Studi Perbandingan PT. Antam Tbk dan PT. Timah Tbk Tahun 2008)	Untuk menganalisis bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan dan menilai sejauh mana pemenuhan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan perusahaan yang meliputi indikator ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan standar GRI	Pendekatan Kualitatif	Metode dokumentasi dengan cara melakukan analisis terhadap <i>Sustainability Report</i> PT. Antam Tbk dan PT. Timah Tbk tahun 2008	Bentuk pertanggungjawaban sosial PT. Antam Tbk dan PT. Timah Tbk pada tahun 2008 dalam pemenuhan indikator kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan GRI menunjukkan bahwa kedua perusahaan mengungkapkan bentuk tanggung jawab sosialnya namun masih ada kriteria yang tidak diungkapkan.
4	Nuril Aristyawati (2012)	Implementasi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. HM Sampoerna Tbk. Berdasarkan dan dalam Perspektif Islam dan Dampaknya Terhadap	Untuk mengetahui bagaimana kinerja <i>corporate social responsibility</i> (CSR) PT. HM SAMPOERNA Tbk dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan	Pendekatan kualitatif deskriptif	Metode Observasi dan dokumentasi. Penggalan data dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan PT. HM Sampoerna	Hampir semua indikator dalam GRI diungkapkan dalam Laporan Tahunan PT HM Sampoerna Tbk. Berdasarkan perspektif Islam, dilihat dari tabel <i>Islamic Position in Corporate Social Responsibility Continuum</i> , CSR Sampoerna berada

		<p>Peningkatan Perekonomian Masyarakat</p>	<p>indikator GRI dan tabel <i>Islamic Position in Corporate Social Responsibility Continuum</i>. Serta untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan kinerja tanggung jawab sosial perusahaan atau <i>corporate social responsibility (CSR)</i> dalam meningkatkan perekonomian di lingkungan tinggal dan kerja karyawan PT. HM SAMPOERNA Tbk.</p>		<p>Tbk tahun 2011 dan melakukan observasi terhadap kegiatan CSR PT. HM Sampoerna Tbk</p>	<p>pada Level 4, artinya Sampoerna memenuhi tanggung jawab sosial nya, termasuk filantropi atau altruistik. Kegiatan pelatihan CSR Sampoerna memiliki dampak positif terhadap kesejahteraan Sosial Ekonomi keluarga dan kemampuan beribadah anggota pelatihan CSR Sampoerna, dengan meningkatnya perekonomian keluarga, maka informan anggota pelatihan CSR Sampoerna memiliki lebih banyak kesempatan untuk beribadah, terutama dalam bentuk beramal atau sedekah.</p>
--	--	--------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Berbagai sumber yang diolah

Dari kondisi tersebut, maka penelitian-penelitian terdahulu dapat dijadikan acuan dalam pengembangan penelitian berikutnya. Hal ini diperlukan karena penelitian-penelitian tersebut saling melengkapi diantara kekurangan-kekurangan yang ada pada masing-masing peneliti. Dari data-data hasil penelitian terdahulu diatas maka ringkasan perbedaan dan persamaan penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.2 dibawah ini.

Tabel 2.2
Perbedaan dan Persamaan penelitian Terdahulu

	Perbedaan	Persamaan
1	Analisi indikator GRI dalam perspektif Islam	Indikator yang digunakan sama dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan indikator kinerja <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>
2	Studi kasus atau perusahaan yang diteliti berbeda dengan penelitian sebelumnya	

Sumber: Berbagai sumber yang diolah

2.2. Kajian Teoritis

2.2.1 *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

A. *Definisi Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Definisi-definisi CSR menurut para ahli dan berbagai organisasi dunia sebelum dokumen ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility* diluncurkan:

1. *The World Business Council for Sustainable Development* mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility (CSR) is the continuing commitment by bussiness to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of the*

workforce and their families as well as the local community and society at large. Bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan pun mulai beragam, disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat berdasarkan *needs assessment*. Mulai dari pemberian beasiswa, melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

2. *Commision of the European Communities*: Tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya adalah sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan secara suka rela untuk memberikan kontribusi demi mewujudkan masyarakat yang lebih baik dan lingkungan yang lebih bersih.
3. CSR Asia: Komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para pihak yang berkepentingan.
4. *Business for Social Responsibility*: CSR adalah pencapaian kesuksesan komersil dalam artian penghargaan terhadap nilai kesusilaan dan penghormatan terhadap manusia, masyarakat dan lingkungan.
5. *Ethics in Action Awards*: CSR adalah istilah yang menjelaskan tentang kewajiban perusahaan yang harus dipertanggungjawabkan kepada para pihak yang berkepentingan disetiap operasi dan aktivitasnya.

Setelah sekitar satu dekade didiskusikan secara mendalam, pada tanggal 1 November 2010, sebuah standar mengenai bagaimana tanggung jawab sosial seharusnya dilaksanakan diluncurkan. Dokumen ISO 26000:2010 *Guidance on Social Responsibility* berisikan mengenai definisi, prinsip, subjek inti dan petunjuk bagaimana prinsip dan subjek inti tersebut ditegakkan di dalam organisasi.

Definisi CSR atau tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 adalah: *“Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships.”*

Atau tanggung jawab sebuah organisasi atas dampak dari keputusan dan kegiatan pada masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etis yang memberikan kontribusi untuk pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; memperhitungkan harapan stakeholder, sesuai dengan hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma perilaku internasional, dan terintegrasi di seluruh organisasi dan di praktikkan dalam hubungannya.

B. Prinsip-prinsip *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan, terdapat prinsip-prinsip yang harus diikuti, yaitu:

1. Akuntabilitas.

Prinsipnya adalah organisasi harus bertanggung jawab atas dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Prinsip ini menunjukkan bahwa sebuah organisasi harus menerima pengawasan yang tepat dan juga menerima tugas untuk menanggapi pemeriksaan ini. Akuntabilitas membebaskan sebuah kewajiban pada manajemen untuk dapat bertanggung jawab terhadap pengendalian kepentingan organisasi dan pada organisasi harus bertanggung jawab kepada otoritas hukum sehubungan dengan hukum dan peraturan. Akuntabilitas juga menyiratkan bahwa organisasi bertanggung jawab kepada mereka yang dipengaruhi oleh keputusan yang dan kegiatan, serta masyarakat pada umumnya, untuk dampak keseluruhan terhadap masyarakat keputusan dan kegiatan.

Menjadi bertanggung jawab akan memiliki dampak positif pada kedua organisasi dan masyarakat. Tingkat akuntabilitas dapat bervariasi, tetapi harus selalu sesuai dengan jumlah atau tingkat otoritas. Mereka organisasi dengan otoritas tertinggi cenderung memberi perhatian lebih besar untuk kualitas keputusan mereka dan pengawasan. Akuntabilitas juga mencakup pertanggungjawaban mengenai kesalahan yang telah terjadi, mengambil langkah yang sesuai untuk memperbaiki kesalahan dan

mengambil tindakan untuk mencegah kesalahan berulang. Sebuah organisasi harus memperhitungkan:

- a. Hasil keputusan dan kegiatan, termasuk konsekuensi yang signifikan, dan harus mencegah pengulangan di mana keputusan-keputusan atau kegiatan yang tidak diinginkan atau tak terduga, dan
 - b. Dampak signifikan dari keputusan dan kegiatan pada masyarakat dan lingkungan.
2. Transparansi.

Prinsipnya adalah organisasi harus transparan dalam keputusan dan kegiatan yang berdampak pada masyarakat dan lingkungan. Sebuah organisasi harus mengungkapkan secara jelas, akurat dan lengkap dan masuk akal, bijak, keputusan dan kegiatan yang bertanggung jawab, termasuk dampak dikenal dan kemungkinan terhadap masyarakat dan lingkungan. Informasi ini harus siap tersedia, secara langsung dapat diakses dan dipahami oleh mereka yang telah, atau mungkin akan terpengaruh secara signifikan oleh organisasi. Ini harus tepat waktu dan faktual dan disajikan secara jelas dan obyektif sehingga memungkinkan pemangku kepentingan untuk secara akurat menilai dampak keputusan organisasi dan kegiatan terhadap kepentingan masing-masing.

Prinsip transparansi tidak mengharuskan bahwa informasi milik dipublikasikan, juga tidak melibatkan memberikan informasi yang dilindungi secara hukum atau yang akan melanggar hukum, komersial,

keamanan atau pribadi kewajiban privasi. Sebuah organisasi harus transparan mengenai:

- a. Tujuan, sifat dan lokasi kegiatannya;
 - b. Cara di mana keputusan dibuat, dilaksanakan dan ditinjau, termasuk definisi peran, tanggung jawab, akuntabilitas dan kewenangan seluruh fungsi yang berbeda dalam organisasi;
 - c. Standar dan kriteria terhadap organisasi yang mengevaluasi kinerjanya sendiri yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial;
 - d. Kinerja pada isu-isu yang relevan dan signifikan dari tanggung jawab sosial;
 - e. Sumber sumber keuangan;
 - f. Yang diketahui dan kemungkinan dampak keputusan dan kegiatan stakeholder, masyarakat dan lingkungan; dan
 - g. identitas stakeholder dan kriteria dan prosedur yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih dan melibatkan mereka.
3. Etika Perilaku

Prinsipnya adalah organisasi harus bersikap etis setiap saat. Perilaku organisasi harus didasarkan pada etika kejujuran, keadilan dan integritas. Etika ini menyiratkan perhatian untuk orang-orang, hewan dan lingkungan dan komitmen untuk mengatasi kepentingan stakeholder. Sebuah organisasi harus secara aktif mempromosikan perilaku etis dengan cara:

- a. Struktur pemerintahan yang sedang berkembang yang membantu untuk mempromosikan perilaku etis dalam organisasi dan dalam berinteraksi dengan orang lain;
- b. Mengidentifikasi, mengadopsi dan menerapkan standar perilaku etis sesuai dengan tujuan dan kegiatan dan konsisten dengan prinsip-prinsip yang diuraikan dalam standar ini;
- c. Mendorong dan mempromosikan ketaatan standar perilaku yang etis;
- d. Mendefinisikan dan mengkomunikasikan standar perilaku etis yang diharapkan dari struktur tata pemerintahan, personalia, pemasok, kontraktor dan, bila sesuai, pemilik, manajer, dan terutama dari orang-orang yang memiliki kesempatan untuk secara signifikan mempengaruhi nilai-nilai, budaya, integritas, strategi dan operasi organisasi dan orang yang bertindak atas namanya, sambil melestarikan identitas budaya lokal;
- e. Mencegah atau menyelesaikan konflik seluruh kepentingan organisasi yang mana dapat menyebabkan perilaku tidak etis;
- f. Membangun mekanisme pengawasan dan pengendalian untuk memonitor dan menegakkan perilaku etis;
- g. Membentuk mekanisme untuk memfasilitasi pelaporan perilaku yang tidak etis tanpa rasa takut;
- h. Mengenali dan menangani situasi di mana hukum dan peraturan setempat baik tidak ada atau bertentangan dengan etika perilaku, dan

- i. Menghormati kesejahteraan hewan, ketika mempengaruhi kehidupan mereka dan keberadaan, termasuk dengan menjamin kelayakan untuk pemelihara, peternakan, memproduksi dan menggunakan hewan.

4. Menghormati Kepentingan *Stakeholder*

Prinsipnya adalah organisasi harus menghormati, mempertimbangkan dan merespon kepentingan stakeholder. Meskipun tujuan organisasi mungkin terbatas untuk kepentingan masing-masing pemilik, anggota, pelanggan atau konstituen, individu atau kelompok lain juga dapat memiliki hak, klaim atau kepentingan tertentu yang harus diperhitungkan. Secara kolektif, individu-individu atau kelompok terdiri dari organisasi stakeholder. Organisasi harus:

- a. Mengidentifikasi para pemangku kepentingan;
- b. Akan sadar dan menghormati kepentingan para pemangku kepentingan dan menanggapi kekhawatiran yang diungkapkan mereka;
- c. Menyadari kepentingan dan hak-hak hukum para pemangku kepentingan;
- d. Mengakui bahwa beberapa stakeholder secara signifikan dapat mempengaruhi kegiatan;
- e. Menilai dan memperhitungkan kemampuan relatif para pemangku kepentingan untuk kontak, terlibat dengan dan mempengaruhi organisasi;
- f. Memperhitungkan hubungan kepentingan pemangku kepentingan dengan harapan yang lebih luas dari masyarakat dan untuk pembangunan berkelanjutan, serta sifat hubungan stakeholder dengan organisasi; dan

g. Mempertimbangkan pandangan para pemangku kepentingan yang mungkin dipengaruhi oleh keputusan bahkan jika mereka tidak memiliki peran formal dalam tata kelola organisasi atau tidak menyadari kepentingan mereka dalam keputusan atau kegiatan organisasi.

5. Menghormati Supremasi Hukum

Prinsipnya adalah organisasi harus menerima bahwa untuk menghormati aturan hukum adalah wajib. Aturan hukum mengacu pada supremasi hukum dan, khususnya, untuk gagasan bahwa tidak ada individu atau organisasi berdiri di atas hukum dan pemerintah yang juga tunduk pada hukum. Aturan hukum kontras dengan sewenang-wenang kekuasaan. Hal ini umumnya tersirat dalam aturan hukum bahwa hukum dan peraturan yang tertulis, diungkapkan kepada publik dan cukup ditegakkan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Dalam konteks sosial tanggung jawab, menghormati aturan hukum berarti bahwa suatu organisasi mematuhi semua hukum yang berlaku dan peraturan. Ini berarti bahwa organisasi harus mengambil langkah-langkah untuk menyadari hukum dan peraturan yang berlaku, untuk menginformasikan orang-orang dalam organisasi kewajiban mereka untuk mengamati dan menerapkan langkah-langkah sehingga mereka mematuhi. Organisasi harus:

- a. Mematuhi persyaratan hukum di semua yurisdiksi di mana organisasi beroperasi;
- b. Memastikan bahwa hubungan dan kegiatan berada dalam kerangka hukum yang dimaksudkan dan relevan;

- c. Tetap informasi dari semua kewajiban hukum; dan
- d. Berkala meninjau kepatuhan.

6. Menghargai Norma-norma Perilaku Internasional

Prinsipnya adalah organisasi harus menghormati norma-norma perilaku internasional, sementara berpegang pada prinsip menghormati aturan hukum.

- a. Di negara-negara di mana hukum atau pelaksanaannya tidak menyediakan lingkungan minimal atau sosial perlindungan, organisasi harus berusaha untuk menghormati norma-norma perilaku internasional.
- b. Di negara-negara di mana hukum atau pelaksanaannya secara signifikan bertentangan dengan norma-norma perilaku internasional, organisasi harus berusaha untuk menghormati norma-norma tersebut semaksimal mungkin.
- c. Dalam situasi dimana hukum atau pelaksanaannya bertentangan dengan norma-norma perilaku internasional, dan mana tidak mengikuti norma-norma akan memiliki konsekuensi yang signifikan, organisasi harus, sebagai layak dan tepat, meninjau sifat hubungan dan kegiatan di dalam yurisdiksi itu.
- d. Sebuah organisasi harus mempertimbangkan peluang yang masuk akal dan alat untuk mencari untuk pengaruh yang relevan terhadap organisasi dan otoritas untuk memperbaiki setiap konflik tersebut.

e. Sebuah organisasi harus menghindari keterlibatan terhadap kegiatan organisasi lain yang tidak konsisten dengan norma-norma perilaku internasional.

7. Menghormati Hak Asasi Manusia (HAM)

Prinsipnya adalah organisasi harus menghormati hak asasi manusia dan mengenali baik pentingnya dan mereka universalitas. Organisasi harus:

- a. Menghormati dan mendorong hak-hak yang diatur dalam ketentuan Internasional tentang Hak Asasi Manusia;
- b. Menerima bahwa hak-hak ini bersifat universal, yaitu, mereka terbagi berlaku di semua negara, budaya dan situasi;
- c. Dalam situasi di mana hak asasi manusia yang tidak dilindungi, mengambil langkah-langkah untuk menghormati hak asasi manusia dan menghindari mengambil keuntungan dari situasi, dan
- d. Dalam situasi di mana hukum atau pelaksanaannya tidak menyediakan perlindungan yang memadai dari hak manusia, mematuhi prinsip menghormati norma-norma perilaku internasional.

C. Manfaat *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Gurvy Kavey mengungkapkan lima manfaat utama *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) bagi perusahaan, yaitu: (Ancok, 2005:24)

1. Profitabilitas dan kinerja *financial* yang lebih kokoh misalnya lewat efisiensi lingkungan.
2. Meningkatkan akuntabilitas dan *asesment* dari komunitas investasi.
3. Mendorong komitmen karyawan karena mereka diperhatikan dan dihargai.

4. Menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas.
5. Mempertinggi reputasi dan *corporate branding*.

Manfaat tersebut antara lain dapat meningkatkan penjualan dan saham di pasaran, menguatkan posisi merk, meningkatkan citra dan pengaruh perusahaan, meningkatkan kemampuan untuk menarik, memotivasi, dan menahan karyawan, serta meningkatkan daya tarik investor dan para analisis keuangan.

Pernyataan Kavei terutama dalam hal reputasi dan *corporate branding* selaras dengan hasil riset SWA yang menyatakan bahwa manfaat pelaksanaan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) bagi perusahaan yaitu: (Ancok, 2005:24-25)

1. Memelihara dan meningkatkan citra perusahaan
2. Hubungan baik dengan masyarakat
3. Mendukung operasional perusahaan
4. Sarana aktualisasi perusahaan dengan karyawan
5. Memperoleh bahan baku dan alat-alat untuk produksi perusahaan
6. Mengurangi gangguan masyarakat pada operasional perusahaan

Praktik *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) tidak saja berdampak positif bagi perusahaan, tetapi juga terbukti memberi dampak positif bagi masyarakat, seperti (Ardana, 2008:38): (1) meningkatnya fasilitas umum, (2) berkembangnya usaha masyarakat, (3) meningkatnya kualitas pendidikan masyarakat, (4) meningkatnya kelestarian lingkungan, (5) terciptanya lapangan kerja baru, dan (6) meningkatnya mutu kesehatan masyarakat.

D. Bentuk dan Model *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Pada awal perkembangannya, bentuk *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang paling umum adalah pemberian bantuan terhadap organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin di negara-negara berkembang (Susiloadi, 2008:128). Di Indonesia sepanjang yang dapat ditangkap pengelola terhadap tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh pelaku usaha biasanya ada tiga bentuk, yaitu (1) dikelola oleh korporasi, (2) yayasan korporasi, (3) kerjasama dengan yayasan atau organisasi sosial konsultan. Adapun bentuknya dapat diuraikan sebagai berikut (Ardana, 2008:37):

- a. *Grant* (hibah): bantuan dana tanpa ikatan yang diberikan oleh pelaku bisnis untuk membangun investasi sosial.
- b. *Award* (penghargaan): pemberian bantuan dunia bisnis bagi sasaran yang dianggap berjasa bagi masyarakat banyak dan lingkungan usahanya. Biasanya penghargaan diberikan dalam bentuk sertifikat dan atau sejumlah uang kepada yang bersangkutan, baik perseorangan, institusi ataupun panti.
- c. *Community Funds* (dana komunitas lokal): bantuan dana atau dalam bentuk lain bagi komunitas lokal untuk meningkatkan kualitas dibidangnya secara berkesinambungan.
- d. *Social Subsidies* (bantuan subsidi): bantuan dana atau bentuk lainnya bagi sasaran yang berhak untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan, seperti pemberian bantuan dana untuk buruh lokal atau modal usaha kecil suatu kawasan.

- e. Bantuan pendanaan jaringan teknis bagi sasaran yang berhak untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan sehingga mampu meningkatkan produktivitas.
- f. Penyediaan pelayanan sosial seperti pendidikan, kesehatan, dan hukum, kelompok bermain, panti asuhan, beasiswa, dan berbagai pelayanan sosial lainnya bagi masyarakat.
- g. Bantuan kredit usaha dengan bunga rendah bagi rumah tangga, baik yang tinggal di sekitar usaha maupun masyarakat pada umumnya.
- h. Bantuan pendampingan, pekerja sosial industri sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal.
- i. Program bina lingkungan melalui pengembangan masyarakat (*community development*).
- j. Penyediaan kompensasi sosial bagi masyarakat yang menjadi korban polusi serta kerusakan lingkungan.

Model atau pola *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia antara lain: (Susiloadi, 2008:128)

- a. Dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, perusahaan bisa menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary*

atau *public affair manager* atau menjadi bagian dari tugas divisi *human resource development public relations*.

- b. Dilaksanakan oleh yayasan atau organisasi sosial milik perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi sosial sendiri di bawah perusahaan atau *group*-nya yang dibentuk terpisah dari organisasi induk perusahaan namun tetap harus bertanggungjawab ke CEO atau ke dewan direksi.
- c. Dilaksanakan dengan cara kerjasama atau bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* melalui kerjasama dengan instansi pemerintah, perguruan tinggi, LSM, atau lembaga konsultan baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
- d. Dilaksanakan dengan cara bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

E. Lingkup *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*

Setidaknya ada empat lingkup tanggung jawab sosial perusahaan (Keraf, 1998):

- a. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas. Kegiatannya dapat berupa pembangunan rumah ibadah, pembangunan prasarana dan fasilitas sosial dalam

masyarakat, menjaga sungai dari polusi, pemberian beasiswa, dan lain-lain.

- b. Keuntungan ekonomis, karena akan menimbulkan citra positif bagi perusahaan, hal ini akan membuat masyarakat lebih menerima kehadiran produk perusahaan.
- c. Memenuhi aturan hukum yang berlaku dalam suatu masyarakat, baik dalam kegiatan bisnis atau kegiatan sosial, agar bisnis berjalan dengan baik dan teratur.
- d. Hormat pada hak dan kepentingan *stakeholder* atau pihak-pihak tertentu yang terkait dengan kepentingan langsung atau tidak langsung dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan.

F. Hukum yang Mengatur Pelaksanaan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Terdapat beberapa peraturan yang mengatur mengenai CSR, antara lain:

1. UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Ketentuan UU ini yang berkaitan dengan CSR adalah sebagai berikut:

- 1) Setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan (Pasal 6:1).
- 2) Setiap orang yang melakukan usaha dan/atau kegiatan berkewajiban memberikan informasi yang benar dan akurat mengenai pengelolaan lingkungan hidup (Pasal 6:2).
- 3) Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan/atau kegiatan (Pasal 16:1).

- 4) Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan bahan berbahaya dan beracun (Pasal 17:1).
2. UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini banyak mengatur tentang kewajiban dan tanggung jawab perusahaan terhadap konsumennya. Perlindungan konsumen ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran corporate tentang pentingnya kejujuran dan tanggung jawab dalam perilaku berusaha. Hal-hal lain yang diatur di sini adalah larangan-larangan pelaku usaha, pencantuman klausula baku dan tanggung jawab pelaku usaha.
 3. UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Beberapa ketentuan UU ini yang berkaitan dengan CSR adalah sebagai berikut:
 - 1) Setiap penanam modal berkewajiban (Pasal 15)
 - a) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
 - b) menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal;
 - c) Yang dimaksud dengan "tanggung jawab sosial perusahaan" adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (penjelasan pasal 15 Huruf b).
 - 2) Setiap penanam modal bertanggung jawab (Pasal 16)
 - a) menjaga kelestarian lingkungan hidup;

b) menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan, dan kesejahteraan pekerja.

4. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas. Undang-undang ini diundangkan secara resmi pada tanggal 16 Agustus 2007. Ketentuan dalam Pasal 74 ayat (1): Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.

- 1) Bagi BUMN yang sudah melakukan alokasi biaya untuk bina wilayah atau yang sejenis sebelum diterbitkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 (UUPT), maka dalam pelaksanaannya agar dilakukan sesuai dengan mekanisme korporasi dengan memperhatikan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG).
- 2) Bagi BUMN yang sumber dana program kemitraan dan bina lingkungan (PKBL)-nya berasal dari penyisihan laba, maka tetap melaksanakan PKBL sesuai dengan alakosi dana yang disetujui RUPS.
- 3) Bagi BUMN yang sumber dana program kemitraan dan/atau bina lingkungan (PKBL)-nya dibebankan/menjadi biaya perusahaan sebagai pelaksanaan Pasal 74 UUPT, maka dalam pelaksanaannya agar tetap berpedoman pada peraturan menteri Negara BUMN No: Per-05/MBU/2007, sampai adanya penetapan lebih lanjut dari menteri Negara BUMN.

Selengkapnya tentang Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tersebut adalah sebagai berikut:

- 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.
5. UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil dan Menengah. Bunyi Pasal 21 UU No. 20 Tahun 2008:Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada Usaha Mikro dan Kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah, dan pembiayaan lainnya. PKBL merupakan Program Pembinaan Usaha Kecil dan pemberdayaan kondisi lingkungan oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Jumlah penyisihan laba untuk pendanaan program maksimal sebesar 2% (dua persen) dari laba bersih untuk Program Kemitraan dan maksimal 2% (dua

persen) dari laba bersih untuk Program Bina Lingkungan (CSR). Ketentuan UU inilah yang dijadikan dasar bagi penataan tentang pemanfaatan CSR di Indonesia.

6. Keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) 15 April 2009. Mahkamah Konstitusi (MK) dalam putusannya 15 April 2009 menolak gugatan uji material oleh Kadin terhadap pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) mengenai kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Karena putusan MK bersifat final dan mengikat, maka lebih baik kita melihat dari sisi positifnya, yaitu sinergi antara pasal PJSL dengan UU Pajak Penghasilan 36/2008 (UU PPh) pasal 6 ayat 1 huruf a yang sekarang memberlakukan beberapa jenis sumbangan sosial sebagai biaya, yaitu:
 - 1) Biaya beasiswa, magang, dan pelatihan;
 - 2) Sumbangan dalam rangka penanggulangan bencana nasional yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
 - 3) Sumbangan dalam rangka penelitian dan pengembangan yang dilakukan di Indonesia yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
 - 4) Biaya pembangunan infrastruktur sosial yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah;
 - 5) Sumbangan fasilitas pendidikan yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah: dan

- 6) Sumbangan dalam rangka pembinaan olahraga yang ketentuannya diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.2.2 *Global Reporting Initiative (GRI)*

A. **Profil *Global Reporting Initiative (GRI)***

Global Reporting Initiative (GRI) disusun pertamakali pada tahun 1997 oleh *The Boston-based Coalition on Environmentally Responsible Economies (CERES)* yang bekerjasama dengan Tellus Institute. Mantan Direktur Eksekutif CERES Dr Robert Massie, dan bertindak *Chief Executive* Dr Allen White, memelopori sebuah kerangka kerja untuk pelaporan lingkungan sebagai penasehat CERES pada awal 1990-an. Untuk mengembangkan kerangka, CERES mendirikan departemen proyek *Global Reporting Initiative*. Tujuannya adalah untuk menciptakan mekanisme akuntabilitas untuk memastikan perusahaan mengikuti Prinsip CERES untuk melakukan tanggung jawab lingkungan.

Versi pertama dari *Guidelines* diluncurkan pada tahun 2000. Tahun berikutnya, atas saran dari Komite Pengarah, CERES dipisahkan GRI sebagai lembaga independen. Generasi kedua dari *Guidelines*, yang dikenal sebagai G2, diresmikan pada tahun 2002 pada KTT Dunia tentang Pembangunan Berkelanjutan di Johannesburg. GRI direferensikan dalam Rencana KTT Dunia Implementasi. PBB Program Lingkungan (UNEP) merangkul GRI dan mengundang negara anggota PBB untuk menyelamatkannya. Belanda dipilih sebagai negara tuan rumah.

Pada tahun 2002 secara resmi GRI dilantik sebagai kolaborasi organisasi UNEP di hadapan Sekretaris Jenderal PBB Kofi Annan, dan pindah ke Amsterdam sebagai sebuah organisasi nirlaba independen. Ernst Ligteringen diangkat Kepala Eksekutif dan anggota Dewan. Lebih dari 3.000 ahli dari seluruh bisnis, masyarakat sipil dan tenaga kerja berpartisipasi dalam pembangunan G3.

Setelah diluncurkan G3, GRI memperluas strategi dan Kerangka pelaporan, dan dibangun aliansi kuat. Kemitraan formal masuk ke dalam dengan *United Nations Global Compact*, Organisasi untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan, dan lain-lain. Kehadiran GRI didirikan dengan *Focal Points*, awalnya di Brasil dan Australia dan kemudian di Cina, India dan Amerika Serikat. Sektor-spesifik bimbingan diproduksi untuk industri yang beragam dalam bentuk Suplemen Sektor (sekarang disebut Pedoman Sektor). Layanan GRI untuk pengguna dan jaringan diperluas untuk mencakup pembinaan dan pelatihan, sertifikasi perangkat lunak, bimbingan untuk perusahaan kecil dan menengah dalam pelaporan awal, dan sertifikasi menyelesaikan laporan. Pada bulan Maret 2011, GRI menerbitkan Pedoman G3.1 update dan penyelesaian G3, dengan panduan diperluas pada pelaporan gender, masyarakat dan hak asasi manusia yang berhubungan dengan kinerja.

B. Indikator Kinerja dalam Pelaporan *Global Reporting Initiative* (GRI)

Kerangka Pelaporan GRI ditujukan sebagai sebuah kerangka yang dapat diterima umum dalam melaporkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial dari organisasi. Kerangka ini didesain untuk digunakan oleh berbagai organisasi yang berbeda ukuran, sektor, dan lokasinya. Kerangka ini juga memperhatikan pertimbangan praktis yang dihadapi oleh berbagai macam organisasi, dari perusahaan kecil sampai kepada perusahaan yang memiliki operasi ekstensif dan tersebar di berbagai lokasi. Indikator kinerja berkelanjutan diorganisasikan berdasarkan kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial. Indikator sosial dikategorikan lebih lanjut menjadi Pekerja, Hak Asasi, Masyarakat, dan Tanggung Jawab Produk.

1. Indikator Kinerja Ekonomi

Keprihatinan dimensi ekonomis keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi perekonomian para pemegang kepentingan di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional, dan global. Indikator kinerja ekonomi menunjukkan:

- a. Aliran dana di antara para pemegang kepentingan
- b. Dampak ekonomi utama organisasi terhadap masyarakat

2. Indikator Kinerja Lingkungan

Indikator Lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya material, energi, dan air) dan output (misalnya emisi, air limbah, dan limbah). Sebagai tambahan, indikator ini melingkupi kinerja yang berhubungan *biodiversity* (keanekaragaman hayati), kepatuhan lingkungan,

dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran lingkungan (*environmental expenditure*) dan dampaknya terhadap produk dan jasa.

3. Indikator Kinerja Sosial

Indikator sosial dikategorikan lebih lanjut menjadi Pekerja, Hak Asasi, Masyarakat, dan Tanggung Jawab Produk.

a. Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak

Aspek spesifik di bawah kategori Praktik Tenaga Kerja didasarkan atas standar internasional yang diakui, termasuk:

- 1) *United Nations Universal Declaration of Human Rights and its Protocols.*
- 2) *United Nations Convention: International Covenant on Civil and Political Rights.*
- 3) *ILO Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work of 1998 (in particular the eight core convention of the ILO).*
- 4) *United Nations Convention: International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights.*
- 5) *The Vienna Declaration and Programme of Action.*

Indikator Praktek Tenaga Kerja juga menggambarkan tanggung jawab sosial dari usaha bisnis: *The ILO Tripartite Declaration Concerning Multinational Enterprises and Social Policy*, dan *OECD Guidelines for Multinational Enterprises.*

b. Hak Asasi Manusia

Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan Praktik pemilihan supplier/kontraktor. Sebagai tambahan, Indikator ini meliputi pelatihan mengenai hak asasi manusia bagi karyawan dan aparat keamanan, sebagaimana juga bagi nondiskriminasi, kebebasan berserikat, tenaga kerja anak, hak adat, serta kerja paksa, dan kerja wajib.

c. Masyarakat

Indikator kinerja masyarakat memperhatikan dampak organisasi terhadap masyarakat di mana mereka beroperasi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola. Pada khususnya, informasi yang dicari berhubungan dengan risiko yang diasosiasikan dengan suap, korupsi, Praktik monopoli dan kolusi.

d. Tanggung Jawab Produk

Indikator kinerja tanggung jawab produk membahas aspek produk dari organisasi pelapor dan serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama, kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran, dan privasi.

2.3. Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, ilmu sosial yang mempelajari mengenai masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam disebut dengan Ekonomi Islam. Ekonomi Islam merupakan bagian dari suatu tata kehidupan lengkap. Berdasarkan empat bagian nyata dari pengetahuan, yaitu al-Quran, Hadist, qiyas, dan ijma' (Djalaluddin dan Munir, 2006:7). Ekonomi Islam memiliki tujuan dan nilai-nilai, yaitu (t.n, 2010): (1) kesejahteraan ekonomi dalam kerangka norma-norma moral Islam, (2) persaudaraan dan keadilan yang universal, (3) distribusi pendapatan yang adil, dan (4) kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial. Hal ini senada dengan tulisan Djalaluddin dan Munir (2006:9), mereka menuliskan bahwa ilmu ekonomi Islam mewujudkan kebahagiaan manusia dengan cara menyertakan aspek spiritual dan kesejahteraan yang komprehensif. Tujuan kesejahteraan yang ingin diciptakan oleh ekonomi Islam adalah yang selaras dengan tujuan-tujuan syari'ah yang terletak pada perlindungan terhadap agama (*diin*), diri (*nafs*), akal, keturunan (*nasl*), dan harta benda (ekonomi).

Menurut Sayyid Qutb sebagaimana dikutip dalam Kajian LiSEnSi (t.n, 2010) mengatakan bahwa “Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain.”.

Menurut Wilson “*The emergence of CSR in the West today requires an instructive examination from an islamic perspective. The concern over social responcibility is also relevant to Islamic enterprise, which regards ethics and*

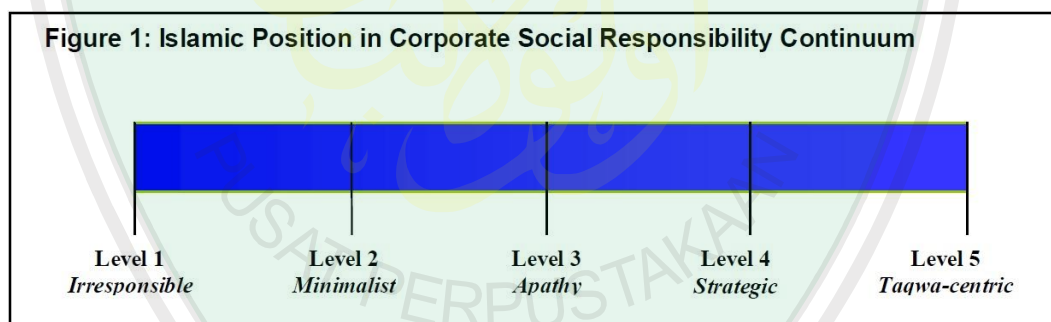
social responsibility as endirung principles” (Dusuki, 2008:3). Menurut pendapat Ahmad sebagaimana dikutip oleh Dusuki (2008:11), berbeda dengan teori humanistik Barat, pandangan Islam terhadap CSR lebih pada pendekatan holistik. Islam menawarkan pandangan spiritual integralistik berdasarkan ajaran-ajaran *Quran* dan *Hadist*, memberikan sebuah alternatif filosofi kerangka kerja yang lebih baik untuk interaksi antara manusia dengan alam maupun dengan sesama manusia. Sesungguhnya, prinsip moral dan etika berasal dari wahyu Ilahi yang lebih kekal, abadi, dan absolut, sehingga dapat menjadi pedoman yang lebih baik untuk perusahaan saat menjalankan bisnis mereka dan CSR secara bersamaan.

Menurut Al-Attas sebagaimana yang dikutip Abdullah (t.t : 33) konsep Islam tentang CSR memiliki makna yang luas, menyangkut taqwa dimana perusahaan (sebagai kelompok individu) menganggap peran tanggung jawab sebagai pelayan dan wakil-wakil Allah SWT dalam segala situasi. Dengan demikian, mereka membuat diri mereka bertanggung jawab kepada Allah SWT, kepada diri mereka sendiri, dan sumber daya yang mereka olah dan manfaatkan. Syed Nawab Haider Naqvi sebagaimana dikutip oleh Abdullah (t.t : 34) pedoman Islam, diabadikan oleh prinsip keadilan, membawa keseimbangan antara hak individu dan tugas dan tanggung jawab terhadap orang lain, dan antara kepentingan diri dan altruisme. Islam mengakui kepentingan diri sebagai kekuatan memotivasi alami dalam semua kehidupan manusia, namun hal itu harus dikaitkan dengan konsep keseluruhan kebaikan dan keadilan. Keadilan tidak berarti kesamaan secara mutlak karena menyamakan dua hal yang berbeda seperti membedakan antara dua hal yang sama. Yang dimaksud keadilan disini adalah

menyamakan dua hal yang sama sesuai batas-batas persamaan dan kemiripan kondisi antar keduanya. Atau membedakan dua hal yang beda sesuai batas-batas perbedaan dan keterpautan kondisi antar keduanya (Qardhawi, 1997:396).

Untuk menggambarkan posisi Islam dalam kaitannya dengan konsep CSR, akan sangat berguna untuk mempertimbangkan CSR sebagai suatu rangkaian kesatuan mulai dari sikap tidak bertanggung jawab dan egois dengan agama atau taqwa-sentris. Rangkaian kesatuan ini diilustrasikan pada Gambar 2.3, memiliki lima tingkat yang cukup berbeda: tidak bertanggung jawab, minimalis, apatis, strategis dan taqwa-sentris. Tabel 2.2 memberikan penjelasan singkat untuk setiap tingkat dalam rangkaian kesatuan CSR.

Gambar 2.1
Posisi Islam di Rangkaian Kesatuan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan



Sumber: (Dusuki, 2008:19)

Tabel 2.3
Deskripsi Rangkaian Kesatuan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tingkat	Deskripsi
Level 1: <i>Tidak bertanggung jawab</i>	Ini adalah situasi ekstrim yang menggambarkan perilaku perusahaan yang tidak bertanggung jawab dan bahkan melanggar standar moral minimum yang diperlukan oleh hukum. Tindakan tersebut bervariasi dari penipuan, kesalahan laporan akuntansi, iklan palsu, membuang limbah beracun di wilayah pemukiman, melanggar hukum perlindungan

	<p>karyawan dan hak-hak seperti kesehatan, keselamatan, membayar, jam kerja dan masalah ketenagakerjaan lain untuk merusak lingkungan dan menyalahgunakan hak asasi manusia lainnya. Akhir-akhir ini banyak skandal dan menggambarkan kegagalan hal ini dengan baik, misalnya Enron, World Com, Xerox Corp, Arthur Anderson dll.</p>
Level 2: <i>Minimalis</i>	<p>Perusahaan dalam kategori ini memenuhi persyaratan minimal yaitu undang-undang dengan tanggung jawab hukum dan bermain dengan ' <i>permainan aturan</i>' sebagaimana dianjurkan oleh Friedman (1967, 1996). Di luar kepatuhan hukum, mereka melakukan sedikit atau tidak ada kegiatan yang mungkin diberi label CSR sukarela atau lebih khususnya yang kegiatan yang dianggap altruistik atau filantropi oleh Carroll (1979 dan 1991). Tujuan utama hanya dari perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan atau kekayaan pemegang saham.</p>
Level 3: <i>Apati</i>	<p>Perusahaan pada tingkat ini beroperasi dengan hukum, pada saat yang sama berkomitmen dengan tanggung jawab etis yaitu melakukan bisnis secara moral, melakukan apa yang benar, benar dan adil, dan menghindari kerugian (Lantos 2002). Mereka berpartisipasi dalam kegiatan tanggung jawab sosial lainnya seperti berada altruistik dan filantropis minimal biasanya, sedikit demi sedikit, dan motif campuran. Dalam beberapa kasus motif mungkin <i>profit oriented</i> seperti menambah manfaat karyawan untuk menarik dan mempertahankan karyawan yang sangat terampil, dalam kasus lain, mungkin pribadi, seperti memberikan kontribusi amal (Johnson 2003). Oleh karena itu, kita bisa diberi label seperti perilaku sebagai sikap apatis atau ketidakpedulian dalam arti bahwa tidak ada upaya strategis pada bagian dari perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan CSR.</p>
Level 4: <i>Strategis</i>	<p>Perusahaan di kategori ini memenuhi tanggung jawab sosial mereka, termasuk filantropi atau</p>

	<p>altruistik tanggung jawab seperti membuat kontribusi sukarela untuk masyarakat, memberikan waktu dan uang untuk pekerjaan baik yang mereka anggap dapat memberikan manfaat kepada perusahaan dalam jangka panjang, melalui publisitas positif dan goodwill, maka meningkatkan reputasi perusahaan dan juga mengamankan keuntungan jangka panjang. Ini sesuai dengan doktrin strategis/peran CSR seperti yang dianjurkan oleh Burke dan Logsdon (1996); Quester dan Thompson (2001); Windsor (2001); Lantos (2001 dan 2002); Johnson (2003); Husted (2003); Greenfield (2004); Garriga dan Mele (2004); dan lainnya.</p>
<p>Level 5: <i>Taqwa-sentris</i></p>	<p>Perusahaan pada tingkat tanggung jawab sosial yang nyata mereka didasarkan pada keyakinan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial tanpa konsekuensi keuangan, positif atau negatif. Kepercayaan ini diabadikan dalam pandangan dunia Islam, dipandu oleh Shari'ah. Komitmen mereka terhadap masyarakat adalah manifestasi paradigma taqwa atau kesadaran akan Tuhan, yang juga mencerminkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip Islam seperti kekhalifahan atau perwalian dan keadilan. Ini adalah urutan tertinggi posisi moral yang mewakili pandangan Islam tentang CSR.</p>

Sumber: (Dusuki, 2008:20)

Singkatnya, berdasarkan angka dan tabel di atas, perbedaan antara Islam dan Pendekatan CSR Barat terletak dalam kisaran tingkat 2 (minimalis) dan tingkat 5 (Takwa-sentris). Posisi Islam terletak di bagian paling kanan dari kontinum CSR menggambarkan tingkat kesadaran Tuhan atau paradigma taqwa yang berkaitan dengan keyakinan bahwa Allah menciptakan manusia untuk menjadi wakil-wakil dan karenanya memberikan pandangan bisnis yang sangat berbeda. Prinsip khalifah Islam mengharuskan bisnis dan individu yang kaya untuk melihat diri mereka sebagai pelayan atau pengasuh, tidak hanya sumber

daya keuangan pemegang saham, tetapi juga sumber daya ekonomi masyarakat, menahan properti mereka kepercayaan untuk kepentingan masyarakat secara keseluruhan dan pada akhirnya mencapai berkah dari Allah (Sang Maha Pemilik dari semua sumber daya). Hal ini sesuai dengan Firman Allah antara lain:

﴿ وَمَا بِكُمْ مِنْ نِعْمَةٍ فَمِنَ اللَّهِ ثُمَّ إِذَا مَسَّكُمُ الضُّرُّ فَإِلَيْهِ تَجْرُونَ ﴾

Artinya: “dan apa saja nikmat yang ada pada kamu, Maka dari Allah-lah (datangnya), dan bila kamu ditimpa oleh kemudharatan, Maka hanya kepada-Nya-lah kamu meminta pertolongan.” (QS. an-Nahl:53)

Dalam Konsep Islam, manusia yang memiliki itu adalah “wakil” dalam harta Allah SWT. Apabila seorang muslim memperoleh harta, maka harta tersebut adalah harta Allah SWT. Sedangkan manusia adalah wakil dan pemegang amanah terhadap harta tersebut. Harta merupakan rizki yang diberikan Allah SWT kepada manusia sebagai karunia dan nikmat dari-Nya. Yang dimaksud dalam Surat an-Nahl ayat 53 adalah manusia sebagai hamba Allah SWT hendaknya ia menginfakkan sebagian dari rizki Allah SWT di jalan-Nya, untuk menegakkan kalimat-Nya, dan menolong saudara-saudaranya sesama hamba Allah SWT, sebagai pembuktian rasa syukur kepada Pemberi nikmat atas segala nikmat yang diberikan-Nya (Qardhawi, 1997:43-44).

Allah SWT berfirman:

﴿ يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِّن قَبْلِ أَن يَأْتِيَ يَوْمٌ لَّا بَيْعُ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفِيعَةٌ ۗ وَالْكَافِرُونَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (di jalan Allah) sebagian dari rezki yang telah Sampoerna berikan kepadamu sebelum datang hari yang pada hari itu tidak ada lagi jual beli dan tidak ada lagi syafa'at. dan orang-orang kafir Itulah orang-orang yang zalim.” (QS. al-Baqarah:254)

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “(yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezki yang Sampoerna anugerahkan kepada mereka.” (QS. al-Baqarah:3)

Dalam surat al-Baqarah ayat 254 dan ayat 3 tersebut Allah SWT telah menetapkan bahwa harta kekayaan adalah untuk Allah SWT, dan manusia adalah “wakil”-Nya. Manusia adalah pekerja yang mendapatkan amanah untuk mengembangkan, menginfakkan, memanfaatkan, dan mengambil manfaat dari harta tersebut (Qardhawi, 1997:44). Allah SWT berfirman:

وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا ءَاتَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ ۗ هُوَ خَيْرٌ
لَّهُمْ ۗ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ ۗ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ ۗ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ وَاللَّهُ

مِيرَاتُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ ﴿١٨٠﴾

Artinya: “sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karuniaNya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka. sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Ali ‘Imran:180)

وَأَتَوْهُمْ مِّن مَّالِ اللَّهِ الَّذِي ءَاتَكُمْ... ﴿١٣﴾

Artinya: “....dan berikanlah kepada mereka sebahagian dari harta Allah yang dikaruniakan-Nya kepadamu.....” (QS. an-Nuur:33)

Dalam ayat-ayat di atas Allah SWT menyatakan “sebahagian dari harta yang Allah karuniakan kepadamu”, hal ini akan mengingatkan mereka terhadap hal yang prinsip yaitu bahwa harta adalah rizki dari Allah SWT yang yang diberikan-Nya (Qardhawi, 1997:44).

Allah SWT berfirman:

ع
 ءَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ
 فَالَّذِينَ ءَامِنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ ﴿٧﴾

Artinya: “berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebahagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar.” (al-Hadiid:7)

Dalam ayat ini Allah SWT menjelaskan bahwa manusia bukanlah pemilik mutlak harta akan tetapi menjadi khalifah dari pemilik yang sebenarnya yaitu Allah SWT (Qardhawi, 1997:44).

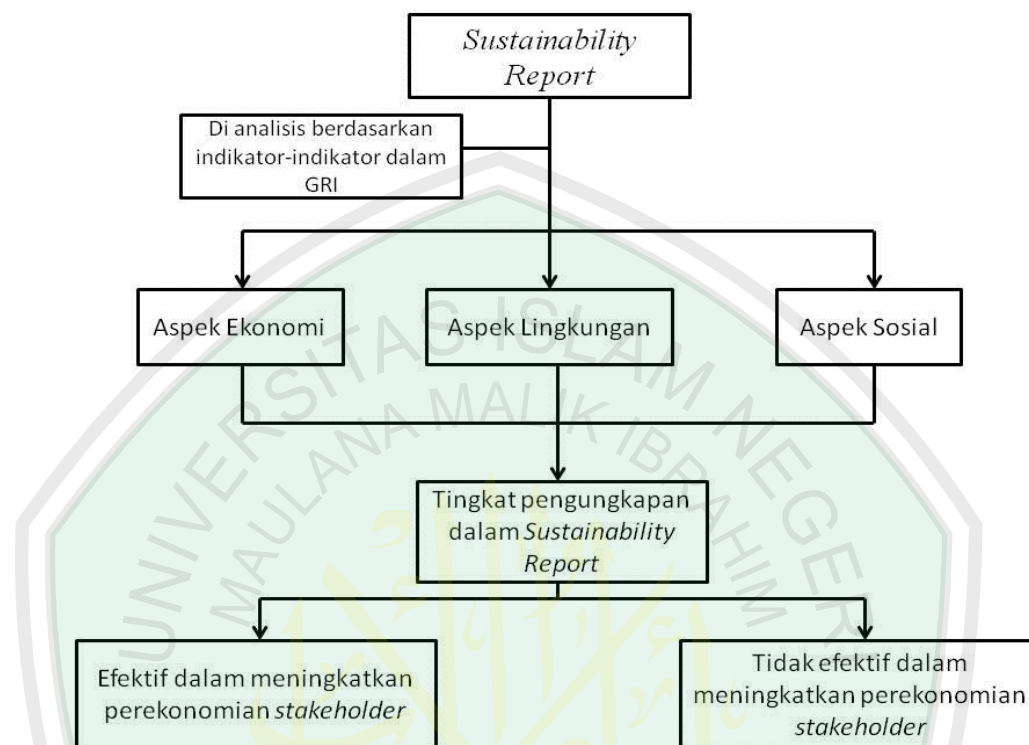
Berdasarkan beberapa Firman Allah SWT di atas dapat disimpulkan bahwa Allah SWT memberikan rizki kepada hamba-Nya sebagai amanah yang harus ia pertanggungjawabkan kelak. Amanah tersebut harus digunakan di jalan-Nya (untuk segala kebaikan yang diperintahkan-Nya) tanpa harus meninggalkan satu aspek kehidupan pun. Dalam artian, manusia sebagai makhluk sosial maka ia membutuhkan orang lain untuk hidup dan bahkan membutuhkan makhluk hidup

lain untuk memenuhi kebutuhannya. Sehingga, seorang muslim dalam memanfaatkan hartanya (rizki atau amanah yang diberikan Allah SWT) harus memperhatikan aspek kehidupan yang lain sehingga terjadi keseimbangan dalam kehidupan sehingga akan meninggalkan kelangsungan hidup yang baik untuk generasi selanjutnya. Hal ini sesuai dengan tujuan CSR itu sendiri yaitu mempertanggungjawabkan dampak dari keputusan dan kegiatan pada segala aspek kehidupan (dalam CSR adalah *stakeholder* dan lingkungan) untuk keberlanjutan, baik keberlanjutan dari organisasi itu sendiri maupun lingkungan dan *stakeholder* yang menjadi tanggung jawabnya juga.

2.4. Kerangka Berfikir

Sebuah kerangka penelitian sangat diperlukan supaya penelitian akan lebih terfokus dan lebih jelas terutama dalam memilih variabel yang akan digunakan. Kerangka penelitian berisi tentang gambaran pola hubungan antar variabel yang akan digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti dan disusun berdasarkan kajian teoritik yang telah dilakukan dan didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini secara rinci dijelaskan oleh gambar berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir Penelitian



Sumber: Berbagai sumber yang diolah

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa peneliti menggunakan *sustainability report* atau laporan keuangan yang mengungkapkan laporan kegiatan CSR dari PT. HM SAMPOERNA Tbk yang kemudian dianalisis mengenai tingkat pengungkapannya berdasarkan indikator-indikator yang terdapat dalam *Global Reporting Initiative* (GRI), yaitu indikator kinerja lingkungan, sosial dan kinerja ekonomi yang mana dalam indikator kinerja ekonomi ini mengungkapkan mengenai aliran dana di antara para pemegang saham dan dampak ekonomi terhadap masyarakat. Setelah melakukan analisa berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI), peneliti melakukan kajian terhadap indikator GRI dalam perspektif Islam. Tahap terakhir dalam penelitian ini adalah

peneliti melakukan observasi terhadap kinerja kegiatan CSR Sampoerna dan dari hasil observasi dapat diambil kesimpulan apakah kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) PT. HM SAMPOERNA Tbk efektif atau berpengaruh dalam meningkatkan perekonomian *stakeholder* (masyarakat yang bersangkutan), hal ini didukung dengan wawancara mendalam terhadap masyarakat yang bersangkutan.

