

Jurnal Pendidikan dan Pemikiran

Halaman Jurnal: <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php>
Halaman UTAMA: <http://jurnal-stainurulfalahairmolek.ac.id/index.php>

**Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Pada Lembaga Keuangan Syariah**

Yulia Febriyati

yuliafebriyati1@gmail.com

Arfah

arfahprudential@gmail.com

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu kegiatan perusahaan dimana perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mensejahterakan masyarakat dan lingkungannya. Perkembangan cara pandang terhadap CSR semakin kuat dari waktu ke waktu dimana konsep bentuk perbuatan yang bersifat sukarela (*voluntary*) telah bergeser secara perlahan-lahan menuju bentuk perbuatan atas dasar kewajiban (*obligation*) baik berbentuk kewajiban moral maupun kewajiban yuridis. Masih adanya perbedaan paradigma inilah yang mengakibatkan ketidak merataan pelaksanaan CSR di dunia.

Dalam pandangan Ekonomi Syariah dalam penerapan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan, yaitu: Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku perusahaan dan stakeholder, Tanggung Jawab Sosial terhadap Lingkungan Alam, Tanggung Jawab Sosial terhadap Kesejahteraan Sosial secara umum.

A. Pendahuluan

Usaha lembaga keuangan saat ini tumbuh sangat cepat. Ragam, bentuk, dan jenisnya pun semakin banyak dengan segala keunikan dan permasalahannya. Namun, pengetahuan masyarakat pengguna belum secepat pertumbuhan usaha lembaga keuangan tersebut. Demikian pula ketersediaan sumber daya manusia yang berkualitas sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan untuk memasuki dunia kerja di lembaga keuangan masih tertinggal jauh.

Saat ini perusahaan maupun perbankan tidak hanya dituntut mencari keuntungan (Laba) semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial di masyarakat. Dari segi ekonomi, memang perusahaan diharapkan mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Tetapi di aspek sosial, perusahaan harus memberikan kontribusi secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya.

Dunia bisnis hidup di tengah-tengah masyarakat. Kehidupannya tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Oleh sebab itu ada suatu tanggung jawab sosial *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang harus dipikul oleh bisnis.¹

Tanggung jawab sosial perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), kini telah menjadi prioritas utama para pemimpin bisnis di setiap negara. Hal ini karena CSR telah menjadi perhatian dari kalangan pemerintah, aktivis, media,

¹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2009). Cet Ke-13, h. 182

pemimpin masyarakat, karyawan perusahaan hingga para akademisi. Fenomena ini menandakan bahwa CSR merupakan hal penting dalam aktivitas perusahaan di suatu wilayah tertentu.²

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wacana penting dalam dunia bisnis sejak tahun 1970-an. Dalam historinya, praktik CSR sendiri berawal dari tahap yang paling sederhana, yakni sifat kedermawanan para pemilik perusahaan.³

Di Indonesia istilah CSR baru digunakan sejak tahun 1990-an. Pengertian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional.⁴

Maraknya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belakangan ini, patut untuk dibanggakan. Betapa tidak, korporasi yang dulu hanya peduli pada keuntungan (*profit*), kini juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (*people*) disamping keseimbangan lingkungan (*planet*). Melalui CSR, korporasi lebih manusiawi. Jika kegiatan sosial yang dilakukan oleh lembaga sosial, tentunya tidak mengherankan. Namun, perusahaan yang lazimnya hanya bertugas mengumpulkan keuntungan, kini justru akrab dengan kegiatan-kegiatan sosial yang mulia.⁵

B. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Trinidads & Tobacco Bureau of Standards mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Sedangkan *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.⁶

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dikatakan sebagai tanggung jawab perusahaan yang bersifat sukarela dan salah satu konsep yang mendorong organisasi untuk memiliki tanggung jawab sosial secara seimbang kepada *stakeholders* dan lingkungan alam. CSR tidak hanya terbatas pada konsep

² Tirta N. Mursitama, M. Fadhil Hasan, Iman Y. Fakhrudin, *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi*, (Jakarta: INDEF, 2011), h. 87

³ Abdul Rasyid Idris, *Corporate Social Responsibility (CSR) Sebuah Gagasan dan Implementasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 25

⁴ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 133

⁵ Joko Prastowo dan Miftachul Huda, *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*, (jakarta:Samudra Biru, 2011), h.8

⁶ *Ibid*, h.10

pemberian bantuan saja, tetapi konsep tanggung jawab yang lebih luas dan tidak statis.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.⁷

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan investasi bagi perusahaan untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan. CSR bukan lagi dilihat sebagai sentra biaya, melainkan sebagai sentra laba (*profit center*) dimasa yang akan datang. Dalam pandangan Agama Islam, CSR merupakan kewajiban pengusaha yang dikeluarkan dari pendapatan yang jatuh pada kewajiban zakat, infaq, ataupun sadaqah.⁸

b. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Adapun dasar hukum perusahaan melakukan CSR adalah sebagai berikut:⁹

1. UU No.19 Tahun 2003 tentang BUMN Peraturan Menteri Negeri BUMN No: Per-05/MBU/2007, menerangkan mengenai aturan Program Kemitraan (PK), sebagaimana dalam Pasal 1 ayat 6 membahas mengenai bantuan terhadap peningkatan usaha kecil, dan Program Bina Lingkungan (BL) diatur dalam Pasal 1 ayat 7, dimana ruang lingkup BL diatur dalam Pasal 11 ayat (2) huruf e, meliputi bantuan terhadap korban bencana alam, pendidikan atau pelatihan, peningkatan kesehatan, pengembangan sarana dan prasarana umum, bantuan sarana ibadah, dan bantuan pelestarian alam.
2. Peraturan yang mengikat Perseroan Terbatas (PT), yaitu Undang-Undang No. 40 Tahun 2007. Dalam pasal 74 ayat 1 diatur mengenai kewajiban Tanggung Jawab Sosial dan lingkungan bagi perseroan yang menangani bidang atau berkaitan dengan SDA, ayat 2 mengenai perhitungan biaya dan asas kepatutan serta kewajaran, ayat 3 mengenai sanksi, dan ayat 4 mengenai aturan lanjutan.
3. Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) Menyebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.
4. Peraturan terbaru adalah Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas setidaknya ada tujuh hal termuat dalam PP ini. Pertama, mengenai CSR itu sendiri. Berlakunya PP ini menjadikan setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini tertuang dalam pasal 3 PP 43/2012. Pada Pasal 3

⁷Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), Cet Ke-2, h. 1

⁸ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), Cet Ke-1, h. 179

⁹Hendrik Budi Untung, *Op.Cit.*, h. 164

ayat (1) menyatakan CSR menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Kedua, aturan PP ini menyatakan seperti Pasal 3 ayat (2) kewajiban CSR dilakukan baik di dalam maupun diluar lingkungan perseroan. Ketiga, CSR dilaksanakan oleh direksi perseroan berdasarkan rencana kerja tahunan setelah disetujui dewan komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Hal ini dilakukan sesuai dengan anggaran dasar perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan. Demikian Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) rencana kerja tahunan memuat rencana kerja kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk CSR. Keempat, penyusunan dan penetapan rencana kerja tahunan perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, diharuskan untuk memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Realisasi anggaran guna CSR diperhitungkan sebagai biaya perseroan. Kelima, pelaporan kegiatan CSR, seperti pasal 6, dimuat dalam laporan tahunan perseroan. Kemudian dipertanggungjawabkan pada RUPS. Keenam, Seperti termuat dalam pasal 7 menyatakan perseroan yang tidak melakukan kegiatan CSR dikenai sanksi dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Yaitu segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan terkait. Ketujuh, dalam PP ini terutama pasal 9 mengamatkan agar perseroan yang telah melaksanakan CSR dapat diberi penghargaan.¹⁰

c. Fungsi dan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Selain untuk meningkatkan image positif perusahaan dimata masyarakat yang akhirnya dapat memperkuat *brand equity* perusahaan, pelaksanaan CSR sendiri bisa menjadi signal positif bagi dunia investasi. Penerapan CSR yang baik dan benar-benar di *manage* dengan baik dapat menggambarkan kemampuan finansial perusahaan kepada para investor.

Berikut beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan penerapan CSR, antara lain:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan
Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.
2. Memperkuat “Brand” Perusahaan
Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan dimata masyarakat.
3. Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan

¹⁰ Leo Wisnu Suppto, “CSR ditegaskan menjadi Beban Perseroan” www.hukumonline.com.

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya
Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
5. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan
Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.
6. Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan
Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.
7. Meningkatkan Harga Saham
Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan semakin mengenal perusahaan. Hal ini juga akan menjadi signal positif yang menggambarkan kemampuan finansial perusahaan. Dengan demikian permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.¹¹

d. Bentuk- Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR dikonsepsikan sebagai piramid yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu:¹²

- a. Tanggung jawab ekonomi (*Economic Responsibilities*)
Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat *profit oriented*. Aktifitas ekonomi dalam *profit oriented* akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh itikad untuk memberikan *price* yang memihak pada nasabah, artinya *price* merupakan representasi dari kualitas dan nilai sebenarnya dari produk (barang ataupun jasa), dll.
- b. Tanggung jawab hukum (*Legal Responsibilities*)

¹¹ Sonny Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h. 129-132

¹² Sinuor Yosephus, *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*, (Jakarta; Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 298

Saat perbankan syariah memutuskan untuk menjalankan operasinya di wilayah tertentu maka ia telah sepakat untuk melakukan kontrak sosial dengan segala aspek norma dan hukum yang telah ada maupun yang akan muncul kemudian. Tanggung jawab hukum mengupayakan bahwa bank syariah selalu mematuhi terhadap ketentuan perundang-undangan yang berlaku dan tidak akan melakukan hal yang melawan hukum.

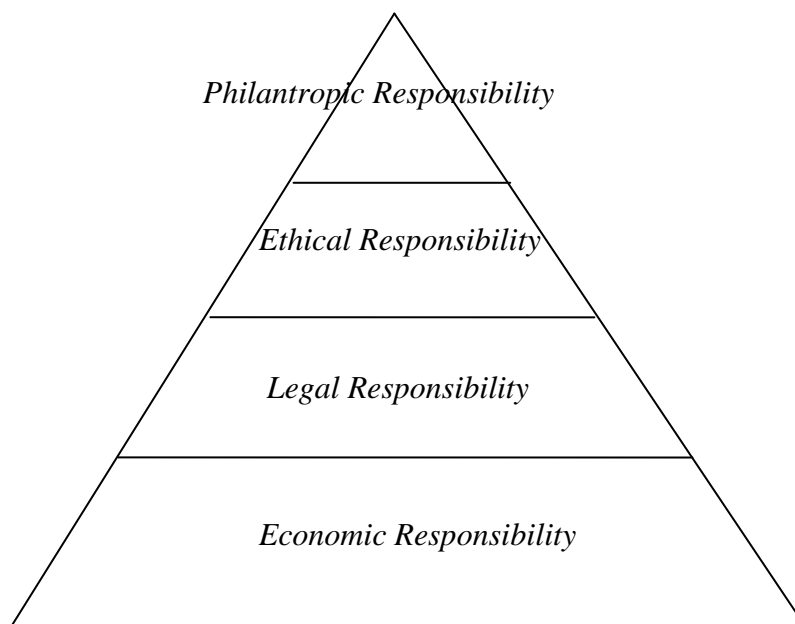
c. Tanggung jawab etis (*Ethical Responsibilities*)

Tanggung jawab etis berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas sesuai dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis formal. Tanggung jawab etis ini bertujuan untuk memenuhi standar, norma dan pengharapan dari *stakeholder* terhadap bank syariah. Tanggung jawab etis juga sebuah bentuk korporat yang senantiasa menjunjung kearifan dan adat lokal.

d. Tanggung jawab Filantropis (*Philanthropic Responsibilities*)

Tanggung jawab filantropi adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif bank syariah dalam memajukan kesejahteraan manusia. Jadi tanggung jawab filantropi didasari oleh itikad bank syariah untuk berkontribusi pada perbaikan komunitas secara mikro maupun makro sosial. Terkait dengan implementasi keempat unsur tanggung jawab di atas, dapat digambarkan dalam sebuah *hierarki* sebagai berikut:

Gambar
Piramida CSR



Sumber : Archie B Carrol

Piramida tersebut secara jelas menunjukkan bahwa implementasi CSR masih didominasi oleh tanggung jawab ekonomi (*profit oriented*) sebagai prasyarat agar dapat melakukan CSR yang lain. Setingkat di atas tanggung jawab ekonomi adalah tanggung jawab legal yang menuntut perusahaan menaati hukum

yang berlaku. Level selanjutnya yaitu tanggung jawab etis yaitu tanggung jawab terhadap sejumlah peraturan tidak tertulis dengan memperhatikan adat, nilai, kepercayaan, dan sistem yang berlaku. Bank syariah harus dapat mengedepankan unsur kebenaran, keadilan dan keseimbangan. Level paling tinggi yaitu tanggung jawab filantropi.

Aktifitas filantropi adalah bentuk itikad baik bank syariah untuk memberikan manfaat bagi komunitas, peningkatan kualitas kehidupan dan taraf kesejahteraan sosial. Pada dasarnya bentuk tanggung jawab usaha bisnis dapat beraneka ragam dari yang bersifat charity sampai pada kegiatan yang bersifat pengembangan komunitas (*community development*). *Community Development* adalah kegiatan pembangunan komunitas yang dilakukan secara sistematis, terencana dan diarahkan untuk memperbesar akses komunitas guna mencapai kondisi sosial, ekonomi, lingkungan dan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Maka ada 3 bentuk CSR dari sudut pandang pelaku usaha yaitu:

1. *Public Relations*

Yaitu usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga akan tertanam *image* komunitas bahwa perusahaan tersebut hanya melakukan kegiatan sosial, biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk.

2. Strategi Defensif

Usaha yang dilakukan guna untuk menangkis anggapan negatif komunitas luas yang sudah tertanam pada perusahaan tersebut. Jadi usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan negatif dengan mengubah hal yang baru yang bersifat positif.

3. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan baik yang merupakan visi perusahaan.

John Elkington's berdasarkan pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengelompokan CSR atas tiga aspek yang lebih dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line* (3BL)". Ketiga aspek itu meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), dan keadilan sosial (*social justice*). Ia juga menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainability development*) harus memerhatikan "*Triple P*" yaitu *Profit, Planet, and People*. Bila dikaitkan antara 3BL dengan "*triple P*" dapat disimpulkan bahwa "*Profit*" sebagai wujud aspek ekonomi, "*Planet*" sebagai wujud aspek lingkungan dan "*people*" sebagai aspek sosial.¹³

e. Islam dan *Corporate Social Responsibility* Serta Tujuan Dan Nilai-Nilai Dalam Ekonomi Islam

Manusia adalah khalifah di muka bumi. Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah kepada sang khalifah agar

¹³ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2012), Cet Ke-2, h. 34

dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Untuk mencapai tujuan suci ini, Allah memberikan petunjuk melalui para rasul-Nya. Petunjuk tersebut meliputi segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, baik akidah, akhlak, maupun syariah.

Sebuah bank syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika misalnya, sifat amanah dan shiddiq, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan bank syariah harus *skillful profesional (fathanah)*, dan mampu melakukan tugas secara *team-work* di mana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (*tabligh*). Demikian pula dalam hal *reward* dan *punishment*, diperlukan prinsip keadilan yang sesuai dengan syariah.

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah SWT. Jadi, manusia adalah makhluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah.¹⁴

Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat.

CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).¹⁵ Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:¹⁶

1. Al- adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang terapkan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.

¹⁴ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 160

¹⁵ Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003, Hlm. 37

¹⁶ Muhammad Djakfar, *loc. cit.*

Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam QS. Hud (11):85 Allah telah menegaskan.

وَيَقُومِ أَوْفُوا أَلْمِيزَانَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ٨٥

Artinya: " Dan wahai kaumku! Penuhilah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan."

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

2. Al-Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

Firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah (2):195 menerangkan:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ١٩٥

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

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

3. Manfaat

Konsep *ihsan* yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan).

Pada dasarnya perbankan syariah juga telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan, pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Bank syariah sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philanthropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan, dll.

4. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan itikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan.¹⁷

Bank syariah yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam perbankan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dll.

Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan. QS. An-Nisa (4) : 58 telah menjelaskan sebagai berikut:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨﴾

Artinya:

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

Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu:¹⁸

1. Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholder*.

Stakeholder terdiri dari investor atau pemilik, kreditor, pemasok, pelanggan, karyawan, pemerintah dan masyarakat. Islam mendorong terwujudnya hubungan kemitraan antara pelaku bisnis dengan *stakeholders* internal maupun eksternal perusahaan dalam hal kebaikan dan saling menguntungkan. Seperti firman Allah SWT dalam QS. al-Maidah (5): 2.

¹⁷ Muhammad , *Visi Al-Quran tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 99

¹⁸ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 63

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ٢

Artinya:

“.....Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

2. Tanggung Jawab Social Terhadap Lingkungan Alam (QS. Al-A'raf ayat 56)

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ
رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ٥٦

Artinya:

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”

3. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Selain bertanggung jawab terhadap pihak yang berkepentingan terhadap usahanya dan lingkungan alam, perbankan syariah juga sudah seharusnya memberikan perhatian terhadap kesejahteraan umum masyarakat. Islam selalu menyeru untuk berbuat kedermawanan terhadap kaum lemah, miskin dan marginal.

Berdasarkan teori diatas penulis akan menganalisa Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Bank Mega Syariah Cabang Pembantu Air Molek apakah sudah memenuhi ketiga aspek di atas.

Beberapa prinsip Islam dalam menjalankan bisnis yang berkaitan dengan Kesejahteraan Sosial:

a. Menjaga lingkungan dan melestarikannya (Surat Al-Maidah ayat 32)

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ
فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا
النَّاسَ جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعْدَ ذَلِكَ
فِي الْأَرْضِ لَمُسرِفُونَ ٣٢

Artinya:

“oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi.

- b. Upaya untuk menghapus kemiskinan (Surat Al-Hashr ayat 7)

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۙ

Artinya:

“apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.

- c. Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar. (Surat An-Nisa’: 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۙ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

d. Jujur dan amanah (Surat Al-Anfal ayat 27)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ
تَعْلَمُونَ ٢٧

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”

Islam sangat mendukung terhadap CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut.¹⁹

Sejatinya, bank syariah harus dapat menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebijakan (*wisdom*) baik dihadapan manusia maupun Allah SWT. Adapun tujuan dan nilai-nilai dalam ekonomi islam meliputi:²⁰

1. Kesejahteraan ekonomi dalam kerangka norma-norma moral Islam.
2. Persaudaraan dan keadilan universal.
3. Distribusi pendapatan yang adil.
4. Kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, Prof. DR. Juni Priansa, Doni, S.Pd. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2009
- Alma, Buchari., Prof. DR. H. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfa Beta. 2009
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. 2001
- _____. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabeta. 2006
- Azheri, Busyara, DR. SH., M.H. *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012
- Beekum, Rafika Issa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2004
- Budi Untung, Hendrik. Dr. S.H., C.N., M.M. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika Offset. 2009

¹⁹ *Ibid.* h.92

²⁰ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnia dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 27

- Diredja, Tjahja Gunawan. *Chairul Tanjung Si Anak Singkong*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara. 2012
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press. 2007
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra. 1998
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*. Jakarta. 2011
- Idris, Abdul Rasyid. *Corporate Social Responsibility (CSR) Sebuah Gagasan dan Implementasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, Persada. 2005
- Harahap, S Sofyan. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat. 2011
- Jundiani. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press. 2009
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2003
- Keraf, Sonny. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius. 1998
- Leo Wisnu Suppto. "CSR Ditegaskan Menjadi Beban Perseroan". www.hukumonline.com
- Muhammad. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Salemba Diniyah. 2002
- Mursitama, N Tirta, dkk. *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi*. Jakarta: INDEF. 2011
- Narbuko, Choid.dkk. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 1997
- Nasution, S. *Metode Research (Penelitian)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2004
- Naqvi, Syed Nawabb Haidar. *Menggagas Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003
- Poerwanto. *Corporate Social Responsibility Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010
- Prastowo, Joko. Huda, Miftachul. *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Jakarta: Samudra Biru. 2011
- Rahman, Reza. *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo. 2009
- Rudito, Bambang & Famiola, Melia. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Rekayasa Sains. 2013
- Rustam, Bambang Rianto. SE., MM. Ak. *Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Mumtaaz Cendikia adhitama Press. 2007
- Sjahdeini, Sultan Remi. *Perbankan Islam*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti. 2007
- Yahya, Rizal., Martawireja, Aji Erlangga., Abdurahim, Ahim. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat. 2005
- Yosephus, Sinuor. *Etika Bisnis Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. 2010