BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara prinsip Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk menghasil kan keuntungan yang sebesar-besarnya. Usaha pokok dari sebuah Perusahaan adalah kegiatan produksi yang menghasilkan produk berupa barang dan kegiatan penawaran berupa produk jasa. Garis besar sebuah Perusahaan adalah mendapatkan keuntungan ekonomi secara maksimal dan sedapat mungkin mencegah kerugian atau menekan kerugian seminimal mungkin.

Pada satu sisi harus diakui Perusahaan merupakan salah satu peno-pang dan penggerak Perekonomian nasional. Peranan Perusahaan dalam pe-ningkatan Pertumbuhan ekonomi nasional merupakan bagian dari kontribusi positifnya. Penciptaan lapangan kerja, produk barang serta jasa yang dihasil kan dari usaha Perusahaan, dan pembayaran pajak yang memberikan pendapat an bagi negara merupakan kontribusi yang dirasakan besar manfaatnya.

Namun di sisi lain aktivitas Perusahaan khususnya di bidang industri telah menyebabkan terjadinya masalah pada lingkungan dan tingkat Pereko nomian masyarakat yang berjarak dalam suatu wilayah. Kedaan ini diPerparah dengan kurang ditanggapinya berbagai tuntutan masyarakat dalam Permasala han lingkungan, kesejahteraan masyarakat sekitar, dan lain-lain oleh Perusaha an. Busyra Azheri berpendapat hal ini dikarenakan kultur Perusahaan yang di

dominasi cara berpikir dan Perilaku ekonomi yang hanya berorientasi keuntungan (*profit orientate*).[1]

Perusahaan yang didirikan di suatu wilayah dan berada di tengah-tengah masyarakat yang memPeroleh keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan seharusnya saat ini merubah cara berpikir tersebut. Menurut Busyra Azheri, Perusahaan bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan diri sendiri (*selfish*) atau eksklusivitas dari lingkungan masyarakat, tetapi sebagai sebuah entitas badan hukum yang wajib melakukan adaptasi sosio kultural dengan lingkungan di mana ia berada, serta dapat dimintai Pertanggung jawaban layaknya subjek hukum pada umumnya.[2]

Perusahaan sebagai sebuah entitas badan hukum memiliki tanggung jawab sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility* atau CSR). Dalam praktiknya selama ini masih terdapat beberapa Perusahaan yang melaksanakan program tanggung jawab sosial Perusahaan atau CSR hanya bersifat sukarela (*voluntary*) yang tidak memiliki komitmen berkelanjutan.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah ada sejak dahulu dan makin popular saat ini, namun definisi tunggal dari CSR itu sendiri belum ada. Terdapat banyak definisi mengenai konsep CSR. *The International Organization Of Employers* (IOE) memberi definisi CSR sebagai *"initiatives by companies voluntary integrating social an environmental concerns in their business oprations and in their interaction with their stakeholders".* Dari

---

[1] Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility:Dari Voluntary Menjadi Mandatory,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 3.

[2] *Ibid.,* h. 5

definisi ini dapat dipahami bahwa CSR merupakan suatu inisiatif dari Perusahaan yang bersifat *voluntair* atau sukarela dan melampaui kewajiban hukum terhadap Peraturan sosial umum terhadap Peraturan Perundang-undangan dimana kegiatannya melibatkan pemangku kepentingan.[3]

Tanggung jawab sosial atau sering disebut *corporate social responsibility* (selanjutnya disebut CSR) nampaknya dapat dijadikan satu dari sekian alternatif yang patut dikembangkan untuk membagi arah tanggung jawab Perusahaan terhadap berbagai Persoalan mendasar issue sosial dan lingkungan.[4]

CSR Pertama kali menyeruak dalam tulisan *Social Responsibility of the Businessman* tahun 1953. Konsep yang digagas Howard Rothmann Browen ini menjawab keresahan dunia bisnis. Belakangan CSR segera diadopsi, karena bisa jadi penawar kesan buruk Perusahaan yang terlanjur dalam pikiran masyarakat dan lebih dari itu pengusaha di cap sebagai peMBUru uang yang tidak peduli pada dampak kemiskinan dan kerusakan lingkungan.

> *"Lord Holme and Richard Watts mendefinisikan "Corporate Social Responsibility is the contuning commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving*

[3]Bambang Rudito dkk, Corporate social Responsibiliti: Jawaban Bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini,(Jakarta: ICSD, 2013), hal. 67

[4]Soraya Fitria dan Dwi Hartanti, Islam dan Tanggung Jawab Sosial: Studi Perbandingan Pengungkapan Berdasarkan GLOBAL REPORTING INITLATIVE INDEKS DAN ISLAMIC SOCIAL REPORTING INDEKS, Purwokerto: Universitas Jendral Sudirman, 2010, Hal. 2

the qualty of life of the workfoce and their families as well as of the local community and society at large".

Definisi menurut Lord Holme and Richard Watts tersebut mengandung makna mendalam, bahwa tanggung jawab sosial merupakan komitmen berkelanjutan para pelaku bisnis untuk memegang teguh pada etika bisnis dalam beroPerasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, serta berusha mendukung peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan bagi para pekerja, termasuk meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar.[5]

Hal itu sejalan dengan pendapat freddman dan jaggi (1974) mengatakan bahwa Perusahaan Perlu melakukan keterbukaan atas aktivitas sosial yang dilakukan. Aktivitas sosial Perusahaan memiliki kemanfaatan untuk meningkatkan legitimasi stakeholder terhadap Perusahaan, termasuk market force dan konsumen jangka panjang.[6]

Hasil Survey "The Millenium Poll on CSR" (1999) yang dilakukan oleh Environics International (Toronto), Conference Board (New York) dan Prince of Wales Business Leader Forum (London) terhadap 25.000 responden dari 23 negara disurvai terkait *social responsibility* dalam membentuk opini dan image Perusahaan, menunjukkan 60% dari responden menyatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan paling berPeran membentuk reputasi Perusahaan. Sementara 40% responden

---

[5]Nor Hadi, Corporate social Responsibiliti: Antara Opportunity atau Pengorbanan Sumberdaya Bagi Perusahaan,(Yogyakarta: Geraha Ilmu, 2011), Hal. Vi

[6]Ibid., h. Vii

juga berpendapat bahwa citra Perusahaan & brand image paling memengaruhi kesan positif mereka. Anehnya, Hanya 1/3 dari opini responden terbentuk dari faktor-faktor bisnis fundamental, ukuran Perusahaan, strategi Perusahaan dan manajemen. Lebih lanjut, sikap dari 40% konsumen terhadap Perusahaan yang dinilai tidak melakukan program CSR, dan 50% dari responden berpendapat tidak akan membeli produk yang dihasilkan Perusahaan yang tidak berkomit men terhadap *social responsibility*, mereka akan bicara kepada orang lain tentang rekapitulasi jelek Perusahaan bersangkutan.[7]

Menurut Nor Hadi dalam bukunya yang berjudul *Corporate Social Responsibility*, di Indonesia masalah penerapan etika dalam berbisnis rupanya masih tipis-tipis (samar-samar) anatara melakukan dan tidak melakukan, sehingga Perlu dilakukan dan digerakan secara nyata. Umumnya, Perusahaan baru sampai tahap Pernyataan-Pernyataan atau sekedar lips-service belaka. Meskipun, hampir setiap Perusahaan telah memiliki standar nilai *code of conduct*.[8]

Etika bisnis, seharusnya dilakukan secara konsisten, karena merupakan standar nilai oPerasional yang akan mengarahkan pada Perilaku bisnis (Perusahaan) untuk tidak melanggar nilai dan berprilaku etis. Contoh rill pelanggaran Perilaku bisnis keluar dari jalur etika adalah kasus krisis moneter tahun 1998. Kasus tersebut jika dirunut dari sisi integritas Perilaku

[7]Ibid., h. 27

[8]Ibid., h. 27 ajaklalen

bisnis, penyebab utama krisis moneter adalah tidak berfungsinya praktik etika bisnis secara benar, konsisten dan konsekuen.

Menurut Von der Embse dn R.A Wagley, terdapat tiga pendekatan dasar dalam merumuskan tingkah laku etika, yaitu :

1. ***Utilitarian Approach,***

   Bahwa setiap tindakan harus didasarkan pada konsekuensi yang ditiMBUlkan. Untuk itu, dalam bertindak seseorang harus mengikuti cara-cara yang dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat, dengan cara yang tidak membahayakan dan dengan biaya yang serendah-rendahnya.

2. **Individual *Rights Approach***

   Bahwa setiap orang dalam tindakan dan sikap hendaknya memiliki hak dasar yang harus dihormati. Namun tindakanatau tingkah laku tersebut harus dihindari apabila diPerkirakan akan menyebabkan terjadi benturan dengan hak orang lain.

3. ***Justice Approach***

   Bahwa para peMBUat keputusan mempunyai kedudukan yang sama, dan bertindak adil dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan baik secara Perseorangan ataupun kelompok.

Perusahaan merupakan unit bisnis yang di dalamnya adalah kelompok orang yang memiliki tujuan sama dan berusaha mencapai tujuan tersebut secara bersama. Orientasi Perushaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan bagi para pemilik (*shareholder*). Batasan tersebut sesungguhnya

adalah cara pandang lama (tradisional), yang karena Perjalanan waktu dan pengalaman sejarah sudah tidak relevan lagi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Bab I pasa 2 dinyatakan, bahwa " Perseroan harus mempunyai maksud dan tujuan serta kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan ketentuan Perundang-undangan, ketertiban umum, atau kesusilaan". Undang-Undang tersebut secara eksplisit dan implisit memberikan mandat dan arahan bagi pelaku bisnis (Perusahaan) untuk tidak melihat orientasi dari Perspektif *economic rational* semata. Mereka harus menjaga keseimbangan pencapaian tujuan dalam kerangka tanggungjawab terhadap etika legal (sesuai Perundangan), dan mengedepankan kesusilaan, termasuk sistem nilai dalam masyarakat. Dengan demikian, eksistensi Perusahaan tidak di Perkenankan untuk melakukan ekploitasi sumberdaya dengan tidak melihat keseimbangan lingkungan dan dampak sosial kemasyarakatan.

Selanjutnya secara oPerasional dalam pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, bahwa "Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan berPeran serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan, Komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya". Kandungan pasal tersebut secara jelas menunjukan bahwa Perusahaan memiliki tanggungjawab bukan hanya terhadap shareholder sebagaimana yang selama ini terjadi, melainkan juga kepada masyarakat sekitar (community) yang justru secara langsung dan tidak langsung

dipengaruhi dan mempengaruhi oPerasional Perusahaan. Disamping itu, Perusahaan juga bertang-gungjawab terhadap lingkungan masyarakat dalam artian yang lebih luas dalam radius yang tidak terhingga, mengingat Perusahaan memiliki tanggungjawab terhadap pem-bangunan.[9]

Terdapat beberapa contoh kasus, terkait Permasalahan yang muncul dikarenakan Perusahaan dalam melaksanakan oPerasinya kurang memPerhatikan kondisi lingkungan dan sosial di sekitarnya, hususnya Perusahaan yang aktivitasnya berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam (ekstraktif). Sebagai contoh, PT. Freeport Indonesia salah satu Perusahaan tambang terbesar di Indonesia yang berlokasi di Papua, yang memulai oPerasinya sejak tahun 1969, sampai dengan saat ini tidak lepas dari konflik berkepanjangan dengan masyarakat lokal, baik terkait dengan tanah ulayat, pelanggaran adat, maupun kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi.[10]Kasus Pencemaran Teluk Buyat, yaitu peMBUangan tailing ke dasar laut laut yang mengakibatkan tercemarnya laut sehingga berkurangnya tangkapan ikan dan menurunnya kualitas kesehatan masyarakat lokal akibat oPerasional PT Newmon Minahasia Raya (NMR) tidak hanya menjadi masalah nasional melainkan internasional.[11]

Tanggung jawab sosial dalam Islam bukanlah merupkan sesuatu yng asing, karena hal ini sudah ada dan dipraktekkan sejak 14 abad yang lalu.

---

[9]Ibid.,h. 26

[10]Ibid., h. 27

[11]Ibid., h. 27

Dalam Al-Qur’an pembahasan mengenai tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan. Al-Qur’an selalu mengaitkn antara kejayaan bisnis dan Pertumbuhan ekonomi sangat dipengaruhi oleh moral para pengusaha dalam menjalankan bisnis (QS. Al-Israa’, 17: 35). Demikian juga terhdap alam sekitar, Al-Qur’an memberikan Perhatian yang sangat serius bagi bisnis atau buka bisnis untuk selalu memastikan kelas tarian dalam (QS. Al-Baqarah [2]: 205)

وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفَسَادَ ﴿٢٠٥﴾

“Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk Mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan”.

Ungkapan ini adalah ibarat dari orang-orang yang berusaha meng-goncangkan iman orang-orang mukmin dan selalu Mengadakan pengacauan.

Jasamarga merupakan Perusahaan Milik Negara atau Perusahaan BUMN yang bertujuan turut serta melaksanakan dan menunjang kebijaksana an dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya pembangunan di bidang pengusahaan jalan tol

dengan sarana penunjangnya dengan menetapkan prinsip-prinsip Perusahaan terbatas.

Penjelasan diatas menunjukkan bahwa Jasamarga memiliki Peran dalam meningkatkan Perekonomian masyarakat yang dalam hal ini melalui program kemitraan dan bina lingkungan atau PKBL diatur dalam Keputusan menteri BUMN No.236/MBU/2003 tanggal 17 juni 2003 tentang pedomanpelaksana- an program kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil dan program bina lingkungan dan Peraturan menteri BUMN nomor Per-05/MBU/2007 prog-ram kemitraan badan usaha milik negara dengan usaha kecil dan program bina lingkungan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, menarik untuk lebih di cermati lebih lanjut bagaimana pengimplementasian Peranan corporate social responsibility bila di tinjau dalam hukum islam, sehingga di pandang Perlu untuk mengadakan sebuah penelitian yang berhubungan dengan masalah tersebut. Oleh karena itu, penulis merumuskan penelitian dengan judul **"ANALISIS DANA CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSBILITY) DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus di PT. Jasamarga Cabang Palimanan - Kanci)"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dapat didefinisikan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah konsep Corporate Social Rresponsibility PT. Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci?

2. Bagaimana Corporate Social Rresponsibility dalam Perspektif Islam?
3. Bagaimana hambatan dan solusi implementasi Corporate Social Responsibility PT. Jasamarga Cabang Tol Palimanan-Kanci.

C. Fokus Masalah dan Subfokus

Agar penelitian menjadi lebih fokus dan tidak keluar dari topik yang ingin dibahas, maka dilakukan pembatasan masalah. Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada masalahnya pada implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) yang ditinjau dalam hukum islam. Btasan masalah ini ditunjuk untuk memPermudah mencari Permasalahannya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu:

a. Bagaimana Implementasi Corporate Social Rresponsibility PT. Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci?
b. Bagaimana Corporate Social Rresponsibility dalam Perspektif Al-Adl, Al-Ihsan, manfaat dan Amanah

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran bagaimana tujuan akhir dari sebuah penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian dengan tujuan berikut ini:

1. Mengetahui bidang Corporate Social Rresponsibility Perusahaan PT. Jasamarga Cab. Palimanan-Kanci?

2. Mengetahui Corporate Social Rresponsibility dalam Perspektif islam?
3. Mengetahui hambatan dan solusi implementasi Corporate Social Responsibility PT. Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci?

F. Kegunaan penelitian

Akhir dari Kegunaan penelianyang dilakukan penulis tidak lain adalah untuk memberikan manfaat. Adapun manfaat penelitian yang di lakukan penulis yaitu;

a. Kegunaan Teoritis

Tujuan dari penelitian yang akan di lakukan adalah untuk memberikan sumbangsih terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di lingkungan akademis fakultas Ekonomi Syari'ah Bunga Bangsa Cirebon. Dengan adanya penelitian ini bisa menambah khazanah pengetahuan secara teoritis bagi kalangan akademisi secara umum.

b. Kegunaan Praktisi

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah mengetahui tentang Corporate Social Responsibility dalam tinjauan dari Hukum Islam

G. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini penulis sajikan kedalam beberapa bab, setiap bab sub sistematika penulisan dan agar pembahasan dalam skripsi ini tidak dari pokok pikirn serta sistematis dalam pembahasan maka penulis sistematika pembahasan sebagai berikut,

Bab Pertama berupa pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalahpembatasan masalah, Perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

Bab Kedua berisi tentang Kajian teori dan pengajuan hipotesis terdiri dari deskripsi teoretis, penelitian terdahulu, kerangk pemikiran dan hipotesis.

Bab Ketiga berisi tentang desain penelitian, tempat dan waktu penelitian data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, tehnik pengolahan data, serta pemeriksaan ke absahan data.

Bab Keempat berisi tentang Analisis data dan pembahasan data yang diPeroleh dari hasil wawancara dan observasi terhadap pihak Perusahaan dan masyarakat sekitar dari Corporate Social Responsibility

Bab Kelima berisi tentang kesimpulan dari pembahasan hasil penelitian dan saran yang peneliti tunjukan pada pihak Perusahaan PT. Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. DESKRIPSI TEORETIK

1. PENGERTIAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Menurut bahasa, *Corporate Sosial Responsibility* diartikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memilih menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk penjabaran dalam pengaturan tersebut. Pada saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap istilah CSR namun secara konseptual semuanya memiliki kesamaan makna. Beragam istilah yang sepadan dengan CSR misalnya *Corporate Responsibility, Corporate Citizenship, Responsible Business, Sustainable Responsible Business,* dan *Corporate SocialPerformanc.*[12]

Banyak istilah untuk mengartikan tanggung jawab sosial Perusahaan *(Coorporate Social Responsibility atau CSR)* dan juga beragam definisinya karena sampai sekarang belum ada definisi tunggal yang disepakati secara global. Pasal 1 butir 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan defenisi tanggung jawab sosial Perusahaan atau CSR sebagai berikut:

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berPeran serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan danlingkungan yang bermanfaat

[12]Donna J. Wood dalam Tri Budiyono, op.cit, h. 107.

baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Terlihat dari definisi di atas mengenai tanggung jawab sosial Perusahaanmenekankan pada penciptaan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang bermanfaat bagi Perseroan itu sendiri maupun bagi masyarakat.

Definisi tanggung jawab sosial Perusahaanyang juga sama menekankan kontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan terdapat pada definisi menurut *The World Business Council for Sustainable Deve-lopment (WBCSD) dan World Bank.*

The World Business Council for Sustainable Development (belakangan berganti nama menjadi Business Action for Sustainable Development) mendefinisikan tanggung jawab sosial Perusahaan sebagai berikut:

> *Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life.*[13]

Inti sari dari defenisi di atas bahwa tanggung jawab sosial Perusahaan yaitu komitmen untuk berkontribusi dalam pembangunan

[13]Corporate Social Responsibility: The WBCD's journey, 2002 dalam Gunawan Widjaja dan yeremia Ardi Pratama, Risiko Hukum Bisnis Perusahaan Tanpa CSR, (Jakarta: Forum Sahabat, 2008), h. 8

ekonomi yang berkelanjutan bersama dengan *stakeholders* untuk peningkatan kualitas hidup mereka.

Definisi tanggung jawab sosial Perusahaanmenurut lembaga keuangan *global World Bank* yang memiliki penekanan yang sama pada kontribusi untuk pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam rumusannya menambahkan penekanan pada kemanfaatan aktivitas CSR bagi usaha dan pembangunan seperti yang disebut sebagai berikut:

> *The commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.*[14]

Sulit untuk dipungkiri bahwa tanggung jawab sosial Perusahaan masih diartikan sebagai tindakan yang berdasar pada kesukarelaan atau *voluntary* walaupun Perkembangannya sekarang hal tersebut berubah menjadi keharusan atau *mandatory*. Seperti halnya *Europen Union* atau *Uni Eropa* merumuskan pengertian tanggung jawab sosial Perusahaan dalam *EU Green PaPer on CSR* yaitu:”*.....is a concept whereby companies integrate social environmental concerns is their business oPerations and in their interaction with their stakeholders on a voluntary basic.”*[15] Dari pengertian tersebut tanggung jawab sosial Perusahaandimaksudkan sebagai

[14]Word Bank dlam Busyra Azheri, op.cit., h.20.

[15]European Union dalam Busyra Azheri, Ibid., h. 20-21.

usaha Perusahaan untuk mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta *stakeholders* atas dasar *voluntary*.

Adapun pengertian tanggung jawab sosial Perusahaan menurut CSR Forum adalah *"CSR mean open and transparent business practices that are based on ethical values and respect for employees, communities and environment."*[16]Menurut Forum tanggung jawab sosial Perusahaan diartikan sebagai keterbukaan dan transparansi di dalam dunia bisnis yang berdasar atas nilai etika dan respek terhadap karyawan, komunitas, dan lingkungan.

Aktivitas bisnis dari suatu Perusahaan harus bedasarkan nilai-nilai etis dan menjunjung tinggi aturan yang berlaku, hal inilah yang menjadi inti dari rumusan definisi tanggung jawab sosial Perusahaan menurut *Business for Social Responsibility* yaitu:

> *OPerating a business in a manner that meets or exceeds the ethical, legal, commercial and public expectations that society has of of business. Social Responsibility is a guiding principle for every decision made and in every area of abusiness.*[17]

Dalam kegiatan usaha yang dijalankan oleh Perusahaan selain menghasilkan dampak positif juga menimbulkan dampak negatif, beberapa pengertian tanggung jawab sosial Perusahaanmemberikan penekanan pada upaya untuk mengurangi dampak negatif dan memaksimalkan dampak

[16]Ibid., h. 21.

[17]Ibid., h. 21.

positif. Di antaranya yaitu pengertian dari Lingkar Studi CSR Indonesia mendefinisikan tanggung jawab sosial Perusahaan sebagai berikut:

CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis meminimkan dampak negatif dan memaksimumkan dampak positif oPerasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk tujuan pembangunan berkelanjutan.[18]

*ISO*meluncurcakandokumen 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* yaitu sebuah standar panduan pelaksanaan tanggung jawab sosial Perusahaan secara global. Adapun pengertian menurut *ISO*yaitu:

> *Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparant and ethical behaviour that contributes to sustainable development, health and the welfare of society, takes into account the expectations of stakeholder, is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behaviour; and is integrated through out the organization and practiced in itsrelationships.*[19]

Pengertian di atas dapat diartikan sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan

---

[18]Lingkaran Studi CSR Indonesia dalam Tri Budiyono, op.cit., h. 108.

[19]Jalal, Selamat Datang ISO 26000, Lingkar Studi CSR, www.csrindonesi.com/data/articles/20101217084002-a,pdf, diakses tanggal 10 Oktober 2018, pukul 15.24

dalam bentuk Perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memPertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma- norma Perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secaramenyeluruh.

Dari rumusan definisi atau pengertian di atas, dapat ditarik tiga hal pokok yang membentuk pemahaman terhadap tanggung jawab sosial Perusahaan yaitu sebagai berikut:[20]

A. Bahwa sebagai suatu *artificial Person*, Perusahaan atau Perseroan tidak berdiri sendiri dan mereka memiliki tanggung jawab terhadap keadaan ekonomi, lingkungan, dansosial.
B. Keberadaan (eksistensi) dan keberlangsungan (sustainability) Perusahaan atau Perseroan tidak hanya ditentukan oleh pemegang saham atau *shareholders*-nya tetapi juga sangat ditentukan oleh pihak lain yang berkepentingan atau seluruh stakeholders-nya.
C. Melaksanakan CSR berarti juga melaksanakan tugas dan kegiatan sehari-hari Perusahaan atau Perseroan, sebagai wadah untuk memPeroleh keuntungan melalui usaha yang dijalankan atau dikelolanya.

2. KOMPONEN TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR)

Terdapat tujuh hal yang menjadi komponen utama tanggung jawab sosial Perusahaan menurut Wibisono yaitu antara lain sebagai berikut:[21]

---

[20]Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, op.cit., h. 9-10.

[21]Komponen CSR, http://www.scrib.com/doc/10654323/komponen-Csr, tanggal 11 Oktober 2018, pukul 18.29

1. Perlindunganlingkungan

   Perlindungan lingkungan dilakukan Perusahaan sebagai wujud kontrol sosial yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan.

2. Perlindungan dan jaminankaryawan

   Kesejahteraan karyawan merupakan hal mutlak yang menjadi tolak ukur bagi Perusahaan dalam menghargai karyawannya.

3. Interaksi dan keterlibatan Perusahaan denganmasyarakat

   Peran masyarakat dalam menentukan kebijakan Perusahaan penting, sehingga Perusahaan dengan masyarakat sekitarnya harus menjaga harmonisasi agar bersinergi.

4. Kepemimpinan dan pemegangsaham

   Pemegang saham merupakan pihak yang paling memiliki kepentingan terhadap pencapaian keuntungan yang diPeroleh Perusahaan.

5. Penanganan produk dan pelanggan

   Kepuasan pelanggan adalah hal yang utama, sehingga apabila pelanggan puas maka mereka akan *repeat order* dan keuntungan lebih akan diPeroleh.

6. Pemasok (*supplier*)

   Pemasok merupakan pihak yang menguasai jaringan distribusi. Hubungan yang baik dengan pemasok menguntungkan Perusahaan.

7. Komunikasi danlaporan

   Keterbukaan terhadap komunikasi dan pelaporan yang tercermin melalui sestem informasi akan membantu dalam pengambilan keputusan. DiPer-

lukan keterbukaan informasi material dan relevan bagi *stakeholders.*

Adapun Komponen tanggung jawab sosial Perusahaan atau CSR yang diidentifikasi menjadi prioritas menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (belakangan berganti nama menjadi *Business Action for Sustainable Development*) yaitu:[22]

1. *humanrights,*
2. *employeerights,*
3. *environmentalprotection,*
4. *supplier relations,*
5. *stakeholder rights,and*
6. *CSR Performance monitoring andassessment.*

Komponen tanggung jawab sosial Perusahaanmenurut *Global Reporting Initiative* (GRI) antaralain:[23]

1. *theworkplace,*
2. *humanrights,*
3. *suppliers,and*
4. *products andservices.*

Dari beberapa komponen tanggung jawab sosial Perusahaan menurut beberapa pandangan, terlihat penekanan yang utama pada komponen Perlindungan lingkungan dan hak asasi manusia.

[22]Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, op.cit., h. 36-37.

[23]Ibid., h. 41.

3. KONSEP TRIPLE BOTTOM LINEDALAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL (CSR)

Berkembangnya tanggung jawab sosial Perusahaan CSR saat ini membawa kepada kemunculan berbagai konsep dan teori yang dipaparkan oleh beberapa pihak mengenai tanggung jawab sosial Perusahaan ini. Salah satu yang terkenal adalah konsep *triple bottom line* yang dikemukakan oleh *John Elkington* pada tahun 1977 melalui bukunya *"Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business".* John Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosPerity, environmental quality* dan *social justice*.[24]

John Elkington berpandangan bahwa jika Perusahaan ingin menjaga kelangsungan hidupnya, maka Perusahaan harus memPerhatikan 3P, yaitu pijakan yang seimbang pada aspek profit atau keuntungan, people atau masyarakat, dan planet atau lingkungan.[25]

Dengan adanya gagasan tanggung jawab sosial Perusahaan membawa kepada inti dari etika bisnis, di mana Perusahaan tidak hanya memikirkan diri sendiri atau hanya berpijak pada single bottom line, karena hal ini belum dapat menjamin kelangsungan dan keberlanjutan sebuah Perusahaan.

Tanggung jawab sosial Perusahaan merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan dan keberlanjutan Perusahaan.

---

[24]Ibid., h. 33.

[25]Ibid.

Untuk menjamin kelangsungan dan keberlanjutan sebuah Perusahaan, maka Perusahaan tersebut harus memPerhatikan semua aspek yang meliputi sustainability ekonomi, sosial, dan lingkungan atau disebut juga *triple bottom line.*

4. STAKEHOLDERSPERUSAHAAN

A. Pengertian *Stakeholders*

Stake dapat diartikan sebagai kepentingan dan juga dapat diartikan sebagai tuntutan atas hak yang dimiliki oleh sesorang. Secara terminologi stakeholders mempunyai arti yaitu pihak yang berkepen tingan. Adapun defenisi stakeholders menurut Friedman adalah:

Any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organizations objectives. Terjemahan bebasnya adalah sebagai kelompok atau individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh suatu pencapaian tujuan tertentu.[26]

Kemudian Biset dengan singkat mendefinisikan stakeholders adalah "orang dengan suatu kepentingan atau Perhatian pada Permasalahan tertentu."[27] Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa stakeholders merupakan ketertarikan yang tiMBUl atas dasar kepentingan tertentu. Stakeholders dapat terpengaruh dan juga dapat mempengaruhi tindakan, keputusan, kebijakan, atau kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan.

---

[26] Friedman dalam Busyra Azheri, op.cit., h. 112.

[27] Biset dalam Busyra Azheri, Ibid.

B. Stakeholders Dalam Perusahaan

Perkembangan dunia usaha global saat ini yang kompetitif meMBUat banyak pihak yang dapat menjadi stakeholders Perusahaan. Dari sudut pandang Perusahaan yang menjadi stakeholders yaitu yang memiliki legitimasi, kepentingan langsung, atau hak dalam kegiatan Perusahaan seperti contohnya pemegang saham, karyawan dan konsumen. Tetapi dari sudut pandang masyarakat, selain yang disebut kan di atas yang juga dapat menjadi stakeholders yaitu pesaing usaha, komunitas sekitar, LSM, dan masyarakat pada umumnya yang secara langsung tidak terlibat dalam kegiatan inti Perusahaan.[28]

C. Lahirnya Kepentingan Dalam Perusahaan

Kepentingan seseorang atau sekelompok orang menurut Gunawan Widjaja dapat tiMBUl dari dua macam hak, yaitu:[29]

a. Hak hukum (*legalright*)

   Seseorang atau sekelompok orang yang memiliki hak hukum yaitu mereka yang memiliki kepentingan berdasarkan aturan yang berlaku bahwa mereka harus diperhatikan sebagaimana aturan yang berlaku.

b. Hak moral (*moralright*)

   Seseorang atau sekelompok orang yang memiliki hak hukum yaitu mereka yang kepentingannya timbul secara moral atau etika di mana perlakuan yang mereka terima adalah semata-mata berdasarkan moral

---

[28]Guawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, op.cit., h. 48.

[29]Ibid.

dan etika perusahaan tersebut.

D. Penggolongan Stakeholders

David Wheeler dan Maria Sillanpaa dalam bukunya *"The Stakehoder* Corporation*: A Blueprint for Maximizing Stakeholder Value",* menggolongkan *stakeholders* dalam dua kategori yaitu *stakeholders* primer dan *stakeholders* sekunder.[30]

1. *Stakeholders* primer mempunyai kepentingan langsung dalam sebuah Perusahaan dan sangat mempengaruhi sukses atau tidaknya Perusahaan. S*takeholders* ini meliputi pemegang saham, *investor*, karyawan, pelanggan, komunitas lokal, pemasok dan rekanbisnis.
2. Stakeholderssekunder tidak memiliki kepentingan langsung dalam kegiatan inti Perusahaan, tetapi mereka dapat menjadi sangat ber-pengaruh terutama menyangkut reputasi dan dukunganterhadap Perusahaan. *Stakeholders* ini meliputi pemerintah, institusi sipil, LSM, Pers, pesaing usaha, asosiasi pengusaha dan masyarakat pada umumnya.

5. Tingkat atau Lingkup Keterlibatan Dalam CSR

Walaupun sudah banyak Perusahaan yang menyadari pentingnya untuk menajalankan CSR, namun masih ada juga yang keberatan untuk menjalankannya. Bahkan di antara merekayang setuju agar Perusahaannya menjalankan CSR, masih terdapat Perbedaan dalammemaknai tingkat keterlibatan Perusahaan dalam menjalankan program CSR. Pada akhirnya,

[30]Guawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, op.cit., h. 49.

keberhasilan CSR dan cakupan program CSR yang dijalankan akan ditentukan oleh tingkat kesadaran para pelaku bisnis dan para pemangku kepentingan terkait lainnya. Ada tiga tigkat kesadaran yang dimiliki oleh seseorang yaitu, tingkat kesadaran hewani, tingkat kesadaran manusiawi, dan tingkat kesadaran transedental. Mereka yang masih berkeberatan dengan program CSR ini dapat dikatakan bahwa mereka masih mempunyai tingkat kesadaranhewani, dan masih menganut teori etika egoisme. Program CSR akan berjalan efektif bila para pihak yang terkait dalam bisnis (oknum pengelola, pemerintah, dan masyarakat) sudah mempunyai tingkat kesadaran manusiawi atau transedental, serta menganut teori-teori etika dalam koridor *utilitarianisme*, *deontologi*, keutamaan dan teonom.

Lawrence, Weber, dan Post melukiskan tingkat kesadaran ini dalam bentuktingkat keterlibatan bisnis dengan para pemangku kepentingan dalam beberapa tingkatan hubungan, yaitu : *inactive, reactive, proactive,* dan *interactive*.

Perusahaan yang *inactive* sama sekali mengabaikan apa yang menjadi Perhatian pihak pemangku kepentingan. Perusahaan yang *reactive* hanya bereaksi bila ada ancaman atau tekanan yang diPerkirakan akan mengganggu Perusahaan dari pihak pemangku kepentingan tertentu. Perusahaan yang proactive akan selalu mengantisipasi apasaja yang menjadi kepedulian para pemangku kepentingan, sedangkan Perusahaan yang interactive selalu membuka diri dan mengajak para pemangku

kepentingan untuk berdialog setiap saat atas dasar saling menghormati, saling memercayai dan saling menguntungkan.

Berdasarkan lingkup keterlibatan ini, Lawrence, Weber, dan Post membedakan dua prinsip CSR, yaitu: prinsip amal (*charity principles*) dan prinsip pelayanan(*stewardship principles*). Perbedaan kedua prinsip ini terletak pada Perbedaan kesadaran danruang lingkup keterlibatan. Berikut ciri-ciri yang membedakannya.

Ciri-ciri	**Prinsip Amal**	**Prinsip Pelayanan**
Definisi	Bisnis seharusnya memberi-kan bantuan sukarela kepada orang atau kelompok yang memerlukan	Sebagai agen publik, tindakan bisnis seharusnya memPertim bangkan semua kelompok pe magku kepentingan yang di pengaruhi oleh keputusan dan kebijakan Perusahaan
Type Aktifitas	Filantropikorporasi: tindakan sukarela untuk menunjang cita Perusahaan	Mengakui adanya saling ke-tergantungan Perusahaan deng an masyarakat menyeimbang kepentingan dan kebutuhan semua ragam kelompok di masyarakat.

Contoh	Mendirikan yayasan amal, berinisiatif untuk menanggul angi masalah social, bekerja sama dengan kelompok masyarakat yang memer lukan	Pribadi yang tercerahkan, memenuhi ketentuan hukum menggunakan pendekatan *stakeholders* dalam Peren canaan strategis Perusahaan.

6. TEORI PENDUKUNG CSR

Menurut Parsons (1961) teori CSR dan pendekatan terkait difokuskan pada salah satuaspek berikut realitas sosial: ekonomi, politik, integrasi sosial dan etika yang dapat diamatidalam sistem sosial.

a. Teori Instrumental

Teori ini mengasumsikan bahwa korporasi merupakan instrumen untukpenciptaan kekayaan dan bahwa ini adalah tanggung jawab sosialnya. Hanya aspek ekonomi dariinteraksi antara bisnis dan masyarakat dianggap. Jadi setiap kegiatan sosial yang seharusnyadite-rima jika, dan hanya jika, itu konsisten dengan penciptaan kekayaan. Teori ini disebut Teori berperan karena mereka memahami CSR sebagai sarana hanya untuk akhir keuntungan.

b. Teori Politik.

Teori kedua yang kekuatan sosial Perusahaan ditekankan, khusus nya dalam hubungannya dengan masyarakat dan tanggung jawab dalam arena politik terkait dengankekuasaan ini. Hal ini menyebabkan Per-

usahaan untuk menerima tugas sosial dan hak atau berpartisipasi dalam kerjasama sosial tertentu.

c. Teori Integratif.

Teori ini menganggap bahwa bisnis harus mengintegrasikan tuntutan sosial. Mereka biasanya berpendapat bahwa bisnis tergantung pada masyarakat untuk kelangsungan dan Pertumbuhan dan bahkan untuk keberadaan bisnis itu sendiri. Tuntutan sosial umumnya dianggap sebagai cara di mana masyarakat berinteraksi dengan bisnis dan memberikan suatulegitimasi dan prestise tertentu. Akibatnya, manajemen Perusahaan harus memPerhitungkan tuntutan sosial, dan mengintegrasi kan mereka sedemikian rupa bahwa bisnis beroPerasi sesuaidengan nilai-nilai sosial. Jadi, isi dari tanggung jawab bisnis terbatas pada ruang dan waktu darisetiap situasi tergantung pada nilai-nilai masyarakat pada saat itu, dan datang melalui Peranfungsional Perusahaan (Preston dan Post, 1975). Dengan kata lain, tidak ada tindakan khusus yang manajemen bertanggung jawab untuk melakukan seluruh waktu dan dalam setiap industri.

d. Teori Etis.

Teori keempat memahami bahwa hubungan antara bisnis dan masyarakat tertanamdengan nilai-nilai etika. Hal ini menyebabkan visi CSR dari Perspektif etika dan sebagaikonsekuensinya, Perusahaan harus menerima tanggung jawab sosial sebagai kewajiban etis atas pertimbang an lainnya.

7. Pro dan Kontra Terhadap CSR

Sebagimana telah diungkap sebelumnya, masih banyak pihak yang menentang implementasi CSR walaupun telah banyak pelaku bisnis dan pemangku kepentingan terkait yang menyadari dan menyetujui pentingnya Perusahaan untuk melaksanakan program CSR. Proses lahirnya Undang-undang Perseroan Terbatas di Indonesia yang dalam salah satu pasalnya (Pasal 74) mewajibkan Perusahaan untuk menjalankan tanggungjawab social dan lingkungan telah menimbulkan kontroversi pro dan kontra. Ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis khususnya di Indonesia belumbanyak yang mendukung program CSR ini. Tidak sulit mem-Peroleh fakta untuk mendukung fenomena ini. Lihat saja misalnya kasus Lumpur LapindoBrantas di Sidoarjo, kasusu Freeport di Papua, kerusakan hutan lumpuhnya bandara Internasional Soekarno-Hatta dan akses jalan tol ke-bandara karena banjir dan, sebagainya. Semua ini ada hubungannya dengan aktivitas bisnis yang tidak peduli dengan lingkungan social dan alam sekitar. Ketersendatan pelaksanaan CSR ini tidak saja terjadi diIndonesia, tetapi juga hamPer di semua Negara termasuk Negara-negara maju.

Pada konferensi tentang pemanasan global yang dihadiri oleh hamPer semua Negaradi dunia di Bali, semua Negaramenyadari dan sepakat bahwa pemanasan global yang terjadidewasaini disebabkan oleh kelalai-an umat manusia padaumunya dan masyarakat bisnis pada khususnya dalam menjaga kelestarian alam. Namun memasuki sesi Perundingan mengenai bagaimana mengatasi filantropi pemanasan global

ini, timbulah perdebatan sengit dan berlarut-larut yang justru hambatannya dating dari Negara-negara maju yang dipelopori oleh Amerika Serikat. Hal ini tidak mengherankan karena bila membicarakan program CSR, berarti membawa konsekuensi biaya yang harus dipikul dalam menanggulangi kerusakan lingkungan. Akhirnya disini muncul kermbali egoism Negara atauegoism kelompok usahawan besar yang kurang menyadari pentingnya tindakan bersamadalam menyelamatkan lingkungan hidup.

Sonny Keraf (1998) telah mencoba menginvetarisasi alasan-alasan bagi yangmendukung dan menentang Perlunya Perusahaan menjalankan program CSR.

1. Alasan-Alasan yang Menentang antara lain :

a) Perusahaan adalah lembaga ekonomi yang tujuan pokoknya mencari keuntungan, bukanmerupakan lembaga social.
b) Perhatian manajemen Perusahaan akan terpecah dan akan membingungkan mereka bila Perusahaan dibebani banyak tujuan.
c) Biaya kegiatan social akan meningkatkan biaya produk yang akan ditambhakan pada harga produk sehingga pada gilirannya akan merugikan konsumen/masyarakat itu sendiri.
d) Tidak semua Perusahaan mempunyai tenaga yang terampil dalam menjalankan kegiatansocial.

2. Alasan-Alasan yang Mendukung CSR yaitu :

a) Kesadaran yang meningkat dan masyarakat yang semakin kritis terhadap dampak negatif daritindakan Perusahaan yang merusak alam serta merugikan masyarakat sekitarnya.

b) Sumber daya alam yang semakin terbatas.

c) Menciptakan lingkungan social yang lebih baik.

d) Perimbangan yang lebih adil dalam memikul tanggung jawab dan kekuasaan dalam memikul beban social dan lingkungan antara pemerintah, Perusahaan dan masyarakat.

e) Bisnis sebenarnya mempunyai sumber daya yang berguna

f) Menciptakan keuntungan jangka panjang

8. Corporate Social Responsibility menurut Persfektif Islam

a. Manusia Sebagai Khalifah

Khalifah merupakan bentuk keterangan (masdar) dari khalf yang diartikan sebagai sesuatu yang menempati bagian belakang. Wahbah az-zuhaili mengatakan:[31] "Al-khalifah man yakhlufu gairahu wa yaqumu maqamahu fi tanfizil-ahkam, wal-muradu bil-khalifah huna al-ahkam". Kosakata "khalifah" dengan berbagai macam variannya itu, akhirnya bermuara pada makna di atas, yaitu ada kaitan dengan kata Pergantian atau yang ada sesudahnya ketika yang satu hilang diganti dengan lainnya. Khalifah ialah orang yang mengganti yang lainnya dan melakukan tugas sesuai tugas yang digantinya dalam melaksanakan

[31]Wahbahaz-Zuhaili, at-Tafsir al-Munir, vol: 1, (berikut: Darul-Fikr, 1999), h. 23.

hukum. Al-Qur'an mengungkapkan term khalifah dengan berbagai ungkapan, diantaranya: khalifah, khulafa', khala'if, yastakhlif, dan khalfa atau khilfah. Namun pada ke-sempatan ini penulis hanya memfokuskan pada definisi khalifah, mengingat terdapat hubungan antara khalifah dan tanggung jawab sosial.[32]

Penggunaan kata khalifah tercantum pada Surah al-baqarah/2; 30 dan Sad/38:26. Pada Surah al-Baqarah/2:30 dinyatakan bahwa Nabi Adam sebagai khalifah Allah dan seluruh manusia keturunannya pun mewarisi kekhalifahan ini, sementara pada Surah Sad ditekanka pada penunjukan Daud sebagai penguasa Negara. Adapun dalam surah al-Baqarah sebagai berikut:

Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para Malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan meMBUat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui".

Sementara pada ungkapan khalifah yang tertuang pada surah (sad/38: 26), Allah mengangkat Nabi Daud sebagai khalifah di muka bumi, yaitu agar dapat menegakkan hukum Allah dengan benar, Allah berfirman:

[32]Tafsir Al-Qur'an Tematik,lajnahPentashihanMushaf Al-Qur'an , Jilid 4, h. 3.

ٱلْهَوَىٰ تَتَّبِعِ وَلَا بِٱلْحَقِّ ٱلنَّاسِ بَيْنَ فَٱحْكُم ٱلْأَرْضِ فِى خَلِيفَةً جَعَلْنَٰكَ إِنَّا يَٰدَاوُۥدُ

وا۟ بِمَا شَدِيدٌۢ عَذَابٌ لَهُمْ ٱللَّهِ سَبِيلِ عَن يَضِلُّونَ ٱلَّذِينَ إِنَّ ٱللَّهِ سَبِيلِ عَن فَيُضِلَّكَ

﴿٢٦﴾ ٱلْحِسَابِ يَوْمَ نَسُوا۟

"Hai Daud, sesungguhnya Kami jadikan kamu khalifah (penguasa) di muka bumi, maka berilah keputusan (Perkara) di antara manusia dengan adil dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu, karena ia akan menyesatkan kamu dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat darin jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karena mereka melupakan hari Perhitungan".

Pada ayat ini jelas Allah mengangkat nabi daud sebagai khalifah di muka bumi dengan tugas-tugas yang harus ditepati. Menggunkan hukum dengan mengikuti kaidah-kaidah pokok hukum yang benar, yaitu dengan cara hak, tidak mengikuti hawa nafsu dengan condong pada salah satu pihak, lebih-lebih karena kekerabatan, Persahabatan, dan Pertemanan, atau ada sesuatu, risywah atau suap misalnya.[33]

[33]Ibid, h. 4, 5

Quraish Shihab menyebutkan, “khalifah yang dilimpahkan kepada Nabi Daud bertalian dengan mengelola kekuasaan wilayah tertentu. Hal ini diPerolehnya berkat anugerah Ilahi yang mengajarkan kepadanya al-hikmah dan ilmu pengetahuan.” [34]

b. Manusia Sebagai Pemelihara Bumi

Membahananya isu dunia tentang kerusakan lingkungan dengan segala aspek yang berkaitan dengannya, seperti Perubahan cuaca, pemanasan global, dan lainnya makin mendorong para ilmuan untuk mencari solusi yang tepat dalam menekan dampak kerusakan lingkungan tersebut. Perilaku antroposentrik, kerakusan, dan hedonis terhadap dunia ternyata memberikan dampak buruk pada alam. Para digma seperti ini harus segera digeser pada paradigma antropocosmik, bahwa manusia bagian dari alam, demikianlah Pernyataan North whitehead, bahkan manusia mempunyai Peran dan tugas dari tuhan untuk memelihara alam.[35]

Peran manusia, yang dalam Islam disebut khalifah, sejatinya adalah sebagai makhluk yang didelegasikan Allah untuk memajmurkan bumi. Kontekstualisasi Peran khalifah inilah yang menjadi langkah awal dalam memelihara lingkungan hidup. Oleh karena itu, kekhalifahan manusia harus mampu memberikan keselarasan dunia dan akhirat.

[34]Ibid, h. 5.

[35]Ibid, h. 7.

Kaarena manusia adalah makhluk sisial yang bersentuhan dengan makhluk lain dan di sekitarnya.[36]

Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena Perbuatan tangan manusi, supay Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) Perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar). (ar-Rum/30: 41)

Ayat diatas jelas memberikan informasi kepada kita, bahwa kerusakan lingkungan disebabkan oleh ulah manusia itu sendiri, yaitu ketika mereka tidak peduli dengan pesan-pesan ilahi dalam berinteraksi dengan alam.[37]

c. Urgensi Pelestarian Lingkungan

1. Ketergntungan Manusia Pada Alam

Pemeliharaan lingkungan sejatinya bukan hanya untuk kepentingan manusia itu sendiri yang juga menggantungkan kepada makhluk lain, tetapi juga me-melihara seluruh makhluk Allah ini karenatidak ada kehidupan di dunia ini tanpa ketergantungan. Al-Qur'an dan hadist mengisyaratkn bahwa manusia adalah bagian dari alam tersebut, sebagaimana pewahyuan ayat Pertama pada Nabi Muhammad SAW.

[36]Ibid, h. 7.

[37]Ibid, h. 8.

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmu lah yang Mahamulia. (al-‘Alaq/96: 1-3)

Nabi Muhammad Rasulullah SAW di Perintahkan Allah agar membaca degan mengatasnamakan Allah, tuhanmu yang telah menciptakan. Menciptakan manusia dari segumpal darah yang tergantung. Manusia sejak awal penciptaan sudah menggantungkan dirinya pada sesuatu yang lain. Bila terjadi gangguan luar biasa terhadap salahsatunya, maka makhluk yang berada dalam lingkungan hidup tersebut akan ikut terganggu pula.

2. Segala Sesuatu di Ciptakan Seimbang

Di sinilah Perlunya keseimbangan, sebagaimana alam ini diciptakan dengan seimbang, sebagaiman firman-Nya;

الَّذِي خَلَقَكَ فَسَوَّاكَ فَعَدَلَكَ ﴿٧﴾

“yang telah menciptakanmulalu menyempurnakan kejadianmu dan menjadikan (susunan tubuh) mu seimbag”. (al-Infirat/82: 7)

Alam diciptakan seimbang disebutkan pada ayat berikut:

وَالْأَرْضَ مَدَدْنَاهَا وَأَلْقَيْنَا فِيهَا رَوَاسِيَ وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ مَوْزُونٍ ﴿١٩﴾

Dan kami telah menghamparkan bumi dan kami pancangkan padanya gunung-gunung serta kami tumbuhkan di sana segala sesuatu menurut ukuran. (al-Hajr/15: 19)

Maka sudah merupaka tugas manusia untuk menciptakn keseimbangan alam ini, adalah sesuatu perbuatan yang amat tercela seandainya manusia berbuat semena-menadi muka bumi sehingga menimbulkan kerusakan didalamnya.

3. Segala yang Berada di Alam Sebagai Kepentingan Manusia

Allah berfirman:

هُوَ ٱلَّذِى خَلَقَ لَكُم مَّا فِى ٱلْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ ٱسْتَوَىٰٓ إِلَى ٱلسَّمَآءِ فَسَوَّىٰهُنَّ

سَبْعَ سَمَٰوَٰتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ شَىْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu. (al-Baqarah/2:29)

Ayat ini menjelaskan bahwa segala sesuatu yang ada di dunia ini adalah untuk kemaslahatan dan dalam rangka memenuhi hajat hidup manusia. Dari sini muncul kaidah fikih yang menyatakan, al-aslu fil-asyya’i al-ibahatu hatta ya’ti ad-dalil’alal-hazar”, asal segala sesuatu adalah boleh sehingga datang keterangan yang mengharam

kannya. Ini artinya memanfaatkan segala sesuatu yang ada di bumi ini dibolehkan sehingga ada keterangan yang melarangnya.

4. Alam Sebagai Sumber Rezeki

Allah berfirman:

قُلۡ مَن يَرۡزُقُكُم مِّنَ ٱلسَّمَآءِ وَٱلۡأَرۡضِ أَمَّن يَمۡلِكُ ٱلسَّمۡعَ وَٱلۡأَبۡصَٰرَ

وَمَن يُخۡرِجُ ٱلۡحَيَّ مِنَ ٱلۡمَيِّتِ وَيُخۡرِجُ ٱلۡمَيِّتَ مِنَ ٱلۡحَيِّ وَمَن يُدَبِّرُ

ٱلۡأَمۡرَۚ فَسَيَقُولُونَ ٱللَّهُۚ فَقُلۡ أَفَلَا تَتَّقُونَ ٣١

Katakanlah: "Siapakah yang memberi rezeki kepadamu dari langit dan bumi, atau siapakah yang kuasa (menciptakan) pendengaran dan penglihatan, dan siapakah yang mengeluarkan yang hidup dari yang mati dan mengeluarkan yang mati dari yang hidup dan siapakah yang mengatur segala urusan?" Maka mereka akan menjawab: "Allah". Maka katakanlah "Mangapa kamu tidak bertakwa kepada-Nya)?" (yunus/10: 31)

ٱللَّهُ ٱلَّذِى خَلَقَ ٱلسَّمَـٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضَ وَأَنزَلَ مِنَ ٱلسَّمَآءِ مَآءً فَأَخْرَجَ

بِهِۦ مِنَ ٱلثَّمَرَٰتِ رِزْقًا لَّكُمْ ۖ وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلْفُلْكَ لِتَجْرِىَ فِى ٱلْبَحْرِ

بِأَمْرِهِۦ ۖ وَسَخَّرَ لَكُمُ ٱلْأَنْهَـٰرَ ﴿٣٢﴾

"Allah-lah yang telah menciptakan langit dan bumi dan menurunkan air hujan dari langit, kemudian Dia mengeluarkan dengan air hujan itu berbagai buah-buahan menjadi rezeki untukmu; dan Dia telah menundukkan bahtera bagimu supaya bahtera itu, berlayar di lautan dengan kehendak-Nya, dan Dia telah menundukkan (pula) bagimu sungai-sungai.(Ibrahim/14: 32)"

Dua ayat tersebut menjelaskan sejauh mana tanggung jawab manusia dalam Perannya sebagai khalifah, selain harus bertauhid kepada Allah, manusiapun harus menyadari bahwa segala alam ini yang mengatur ada Allah. Manusia di dunia yang memanfaatkan ciptaan Allah sebagai sumber rezeki dan bekal hidupnya. Betapa rendah moral seorang jika diberi sesuatu hanya menikmati saja, tetapi selanjutnya tidak memeliharanya. Dunia yang terdiri atas tanah, langit, air hujan, laut, gunung dan segala isinya itu bukanlah untuk kepentingan makhluk lain, terutama yang tampak di alam syahadah. Firman Allah :

لِتَسۡتَوُۥاْ عَلَىٰ ظُهُورِهِۦ ثُمَّ تَذۡكُرُواْ نِعۡمَةَ رَبِّكُمۡ إِذَا ٱسۡتَوَيۡتُمۡ عَلَيۡهِ

وَتَقُولُواْ سُبۡحَٰنَ ٱلَّذِي سَخَّرَ لَنَا هَٰذَا وَمَا كُنَّا لَهُۥ مُقۡرِنِينَ ١٣

Agar kamu duduk di atas punggungnya kemudian kamu ingat nikmat Tuhanmu apabila kamu telah duduk di atasnya; dan supaya kamu mengucapkan: "Maha Suci Tuhan yang telah menundukkan semua ini bagi kami padahal kami sebelumnya tidak mampu menguasainya, (al-Zukhruf/43: 13)

Memang selama ini paradigma antroposentris menguasai cara pandang masyarakat, sehingga manusia mementingkan diri sendiri karena cara pandang memadang bahwa manusia bukan sebagian dari alam ini, yang senyatanya cara pandang ini harus segera di tinggalkan. Manusia yang mengerti arti pentingnya lingkungn dalam kehidupan ia akan memerlakukan lingkunga ini dengan baik, hal ini meMBUat alam semakin memberikan manfaat pada mausia.

5. Penciptaan Alam

Istilah khaliq dam makhluq adalah istilah yang tidak asing lagi dalam kehidupan seorang muslim. Istilah ini memberikan sebuah keyakinan bahwa segala yang maujud di alam ini adlah ciptaan allah suhbhanahu wa ta’ala. Maka siapapun yang menolak keyakinan ini adalah kafir dan menyelisihi fitrahnya sendiri. Al-Qur’an menjelaskan

secara rinci, mulai dari model dan penggunaan kosa kata penciptaan, lama penciptaan, bhkan materi awal penciptaan, ada beberapa kosa kata yang digunakan Al-Qur'an, yaitu khalaqa (disebut sebanyak 261), ja'ala (disebut 306 kali), fatara (disebut 20 kali), dan bada'a (disebut 20 kali).

Melalui penciptaan alam dengan prosesnya yang sedemikian rupa, maka manusia diamanahi untuk menjadi khalifah, yaitu mengatur, memelihara, memakmurkan alam ini. Alam merupakan fasilitas hidup manusia sehigga manusia harus bisa memanfaatkan alam dengan segala isinya ini untuk di syukuri juga.

Akhir-akhir ini kelengkapan dan keindahan alam sudah mulai memudar dengan adanya krisis lingkugan global (global warning). Hal ini terjadi karena ada kerusakan lingkungan beserta ekosistemnya. Padahal ekosistem suatu tatanan kesatuan secara utuh dan menyeluruh antara segenap unsur lingkungan hidup yang saling memengaruhi. Dalam sistem ini, semua komponen bekerja secara teratur sebagai seuatu kesatuan.38

Kerusakan lingkungan sudah sedemikian parahnya sehingga badan-badan dunia sudah banyak melakukan langkah-langkah politik, seperti mulai banyak LSM-LSM yang berpartisipasi. Bahkan lembaga-lembaga keagamaan ikut juga dilibatkan, diantaranya adalah dengan mengadakan Pertemuan dengan tokoh-tokoh gama dunia di

[38]M. Daud Silalahi, Hukum Lingkungan, Alumni, Bandung, 2001, Hal. 2-3

tokyo. Sebenarnya jauh sebelum itu, tokoh-tokoh agama tidak henti-hentinya menghimbau kepda para politisi untuk tidak segan-segan memPerhatikan lingkungan ini. Konferensi dan seminar pada tingkat dunia untuk menghadang laju kerusakan lingkungan sudah banyak dilakukan, antara lain KTT Bumi di Rio de Janerio yang diselenggarakan tanggal 3-14 Juni 1992 oleh UNCED (United Nation on Environment) yang menghasilkan 21 prinsip yang berkaitan dengan lingkungan hidup. KTT ini sebagai kelanjutan Deklarasi Konferensi PBB tentang lingkungan hidup di Stockholm tanggal 16 Juni 1972. Setelah itu terus berlanjut konferensi dan deklarasi yang berkaitan dengan lingkungan hidup, antara lain:

1) Pertemun Parlemen Agama-agama Dunia di Chicago pada tanggal 4 September 1993; Pertemuan tersebut merumuskan apa yang disebut dengan Declaration Toward of Global Etics,
2) Pertemuan Cape Town, Afrika Selatan, tanggal 1-8 Desember 1999.
3) Pertemuan Bali yang dilaksanakan 15-25 September 2007 yang lalu membicarakan tentang lingkungan.
4) Pertemuan paling akhir adalah antara tokoh agama-agama dunia yang diselenggarakan di Tokyo tahun 2008 ini.

Langkah yang dilakukan Indonesia dalam melaksanakan langkah-langkah yang sudah dirintis di atas ialah dengan menetapkan Perundang-undangan dan berbagai macam Peraturan sebagai

turunannya. Ada sekitar 6 UU dan 31 Peraturan lainnya yang berkaitan denga lingkungan. Namun pada kenyataannya penjarahan hutan dan atau pengambilan kayu, baik hutan rakyat atau hutan negara masih marak dilakukan manusia.[39]

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

d. Hubungan Hukum Islam Dengan Mqoshid Syari'ah

1. Pengertian Maqoshid Syariah

Hukum yang diturunkan Allah SWT kepada manusia, pasti memiliki tujuan untuk kemaslahatan manusia, karena hukum diciptakan oleh Allah tentu bukan untuk Allah sebagai Syari' *(lawgiver)* karena Allah tidak meMBUtuhkan suatu hukum untuk diriNya. dan tentu bukan pula diciptakan untuk hukum itu sendiri karena kalau demikian maka keberadaan hukum itu akan sia-sia, akan tetapi hukum diciptakan untuk manusia di dunia. Dengan demikian hukum yang terkandung dalam ajaran agama Islam memiliki dinamika yang tinggi, oleh karena itu, Hukum Islam dibangun di atas karakteristik yang sangat mendasar, antara lain: *Rabbany, Syumuly,*

[39]M. Abdurrahman, Eko-Terorisme: Membangun Paradigma Fikih Lingkungan, Bandung, 2007.

Akhlaqy, Insany, Waqi'iy. Dari kelima karakter tersebut dapat dikatakan bahwa hukum Islam berakar pada prinsip-prinsip universal yng mencakup atau meliputi sasaran atau keadaan yang sangat luas, dapat menampung Perubahan-Perubahan yang sesuai dengan kebutuhan umat yang terus berkembang mengikuti Perubahan tanpa bertentangan dengan nilai-nilai yang di gariskan oleh Allah SWT.

Hukum Islam (Syari'ah) merupakan norma Allah yang prinsip dan sumbernya berasal dari wahyu (Alqur'an dan Sunnah). Namun, Allah sebagai Syari' (lawgiver) tetap memberikan ruang bagi manusia melalui nalar akar pikirannya untuk terlibat langsung baik dalam memberi pemahaman terhadap wahyu tersebut ataupun dalam mengaplikasikan hukum itu sendiri sebagai pedoman hidupnya. Sekalipun demikian, dalam Perjalanan sejarah pembangunan hukum Islam ditemukan sebagai ahli Fiqh sering terkesan dalam berhati-hati dan teliti, bahkan cenderung takut dalam menangani Perubahan hukum akibat adanya Perubahan waktu, tempat dan keadaan. Sementara disisi lain ada sebagian mereka (ulama) yang terkesan berani melakukan Perannya baik dalam posisinya subjek hukum ataupun sebagai objek hukum.

Dari kondisi tersebut diatas, para ahli hukum Islam (Faqih) telah berhasil membentuk sistem hukum Islam dan membangun metode penemuan hukum (Islamic Jurisprudence) sehingga munculah metode-metode dalam beristinbat dengan menggunakan kaidah

ushuliyah dan kaidah faqiyah sarana penemuan hukum Islam. Artinya kedua metode tersebut telah banyak memberikan ruang gerak dalam menggali teks (Nash Alqur'an dan As-Sunnah) guna memenuhi kebutuhan hukum bagi umat manusia, sehingga dalam Perkembangannya, telah memunculkan kajian-kajian kritis,yang menghendaki agar hukum Islam dapat lebih mendatangkan kemaslahatan bagi manusia dan dianggap penting untuk diformulasikan berdasarkan nilai-nilai esensinya yang disebut sebagai Maqashid Asy-Syari'ah.

Maqashid Asy-Syari'ah adalah terdiri dua kata, Maqashid dan Syari'ah. Kata Maqashid merupakan bentuk jama' dari Maqsyad yng berarti maksud dan tujuan, sedangkan Syari'ah mempunyai pengertian hukum-hukum Allah yang ditetpkan untuk manusia agar dipedomi untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia ataupun di akhirat. Maka dengan demikian, Maqashid Asy-Syari'ah adalah tujuan-tujuan yang dicapai dari suatu penetapan hukum.

Kajian teori maqashid asy-syariah dalam hukum Islam adalah sangat penting. Urgensi itu didasarkan pada Pertimbangan-Pertimbangan sebagai berikut: Pertama, hukum Islam adalah hukum yang bersumber dari wahyu Tuhan dan diPeruntukan manusia. Oleh karena itu, ia akan selalu berhadap dengan Perubahan sosial.dalam posisi seperti itu, apakah hukum Islam yang sumber utamanya (Al-Qur'an dan Sunnah) turun pada beberapa abad yang lampau dapat

beradap tasi dengan Perubahan sosial. Jawaban terhadap Pertanyaan itu baru bisa diberikan setelah diadakan kajian tersebut berbagai elemen hukum Islam, dan salah satu elemen yang terpenting adalah teori maqashid asy-syariah. Kedua, dilihat dari aspek historis, sesungguh Perhatian terhadap teori ini telah dilakukan oleh Rasulullah SAW, para sahabat, generasi mujtahid sesungguhnya. Ketiga, pengetahuan tentang maqashid asy-syari'ah merupakan kunci keberhasil-an mujtahid dan ijtihadnya, karena diatas landasan tujuan hukum itulah setiap Persoalan dalam bermu'amalah antar sesama manusia dapat dikembalikan.

2. Unsur-unsur Maqashid Asy-Syariah

Syariat yang berhubungan dengan hal-hal yang bersifat kebutuhan primer manusia (maqshid ad-dharuriyat)

1) Memelihara Agama

Agama merupakan Persatuan aqidah, ibadah, hukum, dan undang-undang yang telah di syariatkan oleh Allah SWT untuk mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya (hubungan vertikal), dan hubungan sesama antara manusia (hubungan horizontal). Agama Islam juga merupakan nikmat Allah yang tinggi dan sempurna.

Agama Islam juga harus dipelihara dari ancaman dari orang-orang yang tidak bertanggung jawab, yang hendak merusak aqidahnya, ibadah-ibadah akhlaknya, atau yang akan mencampur

adukkan kebenaran agama Islam dengan berbagai paham dan aliran yang batil. Walau begitu, agama Islam memberi Perlindungn dan kebebasan bagi penganut agama lain untuk meyakini dan melaksanakan ibadah menurut agama yang diyakininya, orang-orang Islam tidak memaksa seseorang untuk memeluk agama Islam.

2) Memelihara Jiwa

Islam melarang peMBUnuhan dan pelaku peMBUnuhan diancam dengan hukuman Qisas (pembalasan yang seimbang), diat (denda) dan kafarat (tebusan) sehingga dengan demikian diharapkan agar seseorang sebelum melakukan peMBUnuhan, berfikir secara dalam terlebih dahulu, karena jika yang di bunuh mati, atau jika yang di bunuh cidera maka si pelakunya akan cidera.

3) Memelihara Akal

Manusia adalah mahluk yang paling sempurna di antara mahluk ciptaan Allah yang lainnya. Allah telah menciptakan manusia dengan sebaik-baik bentuk, dan melengkapi bentuk itu dengan akal.

Untuk menjaga akal tersebut, Islam telah melarang minum khamer (jenis minuman keras) dan setiap yang memabukkan dan

menghukum orang yng meminumnya atau menggunakan jenis apa saja yang dapat merusak akal.

4) Memelihara Keturunan

Untuk memelihara keturunan, Islam telah mengatur Pernikahan atau mengharamkan zina, menetapkan siapa-siapa yang tidak boleh di kawini, sebagaimana cara-cara Perkawinan itu dilakukan dan syarat-syarat apa yang harus di penuhi sehingga Perkawinan itu dianggap sah dan Percampuran antara dua manusia yang berlawanan jenis itu tidak dianggap zina dan anak-anak yang lahir dari hubungan itu dianggap sah dan menjadi keturunan sah dari ayahnya. Islam tak hanya melarang zina, tapi juga melarang Perbuatan-Perbuatan dan apasaja yang dapat membawa pada zina.

5) Memelihara Harta Benda

Meskipun pada hakikatnya harta benda itu milik Allah, namun Islam juga mengakui hak Peribadi hak seseorang. Oleh karena manusia sangat tama' kepada harta benda, dan mengusahakannya melalui jalan apapun, maka Islam mengatur supaya jangan sampai terjadi bentrok antara satu sama lain. Untuk itu, Islam mensyariatkan Peraturan-Peraturan mengenai mu'amalat seperti jual beli, sewa menyewa, gadai menggadai.

Idonesia adalah negara hukum yang menganus disentralisasi dalam penyelenggaraan pemerintah, sebagai dalam pasal 18 (1) UUD Negara Republik Indonesia Tahun 1945 "Negara

Kesatuan Republik Indonesia di bagi atas daerah-daerah provinsi, kabupaten dan kota mempunyai pemerintahan daerah yang diatur dalam Undang-Undang“. Jadi sudah selayaknya jika segala kehidupan di Indonesia memiliki landasan hukum, termasuk mengenai CSR yang secara di atur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Allah SWT menghendaki segala sesuatu sudah memiliki tujuan, begitu pula dengan ditetapkannya hukum Islam. Tujuan dari syariat Islam (maqashid asy-syariah) adalah maslahah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan maslahah, bukan sekedar mencari keuntungan semata. Dalam konsep fikih muamalat untuk mewujudkan kemaslahatan, ada pemerintah bahwa suatu bentuk muamalat dilakukan atas dasar mendatangkan manfaat dan menghindari mudzarat dalam kehidupan masyarakat. Jadi hukum Islam di bidang muamalat ini di dasarkan pada prinsip bahwa segala sesuatu yang bermanfaat boleh dilakukan, sedngkan yang mendatangkan mudzarat dilarang.

B. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN

Hasil penelitian merupakan bahan acuan relevan dari penelitian terdahulu yang berfungsi untuk menghindari adanya plagiasi atas karya orang lain. Menurut sepengetahuan penulis, sampai saat ini belum ada peneliti yang melakukan penelitian terkait dengan tinjauan hukum Islam terhadap dana Corporate Social Reponsibiliti (CSR) dalam tinjauan hukum Islam studi kasus

di PT. Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci. Terdapat beberapa penelitian yang memiliki reverensi dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur Arifudin dengan judul "Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Undang-undang No 40 Tahun 2017 tentang Perseroan terbatas" yang menyimpulkan bahwa CSR merupakan salah satu Perkembangan hubungan humanistik antara dunia usaha dengan ligkungan masyarakat yang Perlu mendapat dukungan dari seluruh stakholder karena di dalamnya mengatur prinsip-prinsip etika dan moral dalam dunia usaha terhadap masyarakat untuk selalu menjaga keseimbangan diantara mereka sehingga kesenjangan dapat diminimalisir.[40]

Ratna Artha Windari melakukan penelitian yang berjudul "Pengaturan Kewajiban CSR pada Perusahaan Perseroan Terbatas serta Bentuk-Bentuk Kegiatannya Menurut Undang-Undang 40 Tahun 2007". Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif dengan rasionalitas bahwa penelitian ini akan mengkaji mengenai keberadaan pengaturan CSR dalam UUPT yang dirasa telah mengalami kekaburan dan kekosongan norma.

Hasil penelitian Ratna Artha Windari menunjukkan bahwa alternatif bentuk kegiatan CSR yang sesuai di terapkan bagi Perseroan Terbatas di Indonesia adalah kegiatan yang mengacu pada teori Tripe bottom Line dimanaana kegiatan dapat difokuskan dari sudut pandang keuntungan (profit), masyarakat (people) dan lingkungan (planet) yang di tuangkan dalam tindakan-tindakan praktis. Bahwa kewajiban pelaksanaan CSR bagi Perseroan

40

Terbatas sesuai pasal 74 ayat (1) UUPT tidak hanya menyasar pada bisnis inti dari Perusahaan tersebut, tapi juga bagi Perusahaan yang secara tidak langsung melakukan ekploitasi terhadap sumber daya alam serta dampak pada lingkungan.[41]

Fajar Nur Hafidzah melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index, Periode 2008-2012". Penelitian inimenyimpulkan bahwa Perusahaan yangbaik adalah Perusahaan yang mampu menyeimbangkan kepentingan, baik kepentingan di dalam dan di luar Perusahaan. Kepentingan di dalam Perusahaan melalui pelaksanaan tata kelola Perusahaan yang baik (Good CorporateGovernance), sedangkan di luar Perusahaan melalui pelaksanaan CSR terhadapkaryawan, masyarakat, lingkungan dan negara. CSR merupakan alat Perusahaan untuk meningkatkan image baik di depan masyarakat sehingga dapat digunakan untuk memacu Perusahaan agar berjalan lebih baik.

Penelitian Nasrullah yang berjudul "Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Zakat Perusahaan". Pokok Masalah dalam penelitian ini yaitu apakah CSR dapat menggantikan zakat Perusahaan. Penelitian ini tergolong penelitian pustaka (*library resech*) dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan dan studi dokumen, sifat penelitian ini adalah deskriptif analisis. Memberikan kesimpulan bahwa CSR tidak dapat menggantikan zakat

41

Perusahaan karena Perbedaan karakteristik bagi penerimanya, sehingga apabila CSR menggantikan zakat maka tidak akan tidak akan terwujud tujuan dari zakat yaitu untuk membangun tatanan sosial-ekonomi bagi umat muslim yang secara langsung berhubungan langsung dengan Allah SWT dan sesama manusia.[42]

C. KERANGKA BERFIKIR

Dalam melakukan analisa pada penelitian ini, penyusun akan menggunakan teori Maqashid Asy-Syari'ah sebagai pisau analis terhadap data yang diPeroleh dalam penelitian ini sebagaimana telah disebutkan pada latar belakang bahwa inti dari CSR adalah hendaknya setiap Perusahaan tidak cukup hanya memfokuskan pada Pertumbuhan usahanya semata, akan tetapi setiap Perusahaan dituntut untuk menjaga suatu pembangunan yang berkelanjutan (sustainable development) yaitu upaya untuk memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan dan kesempatan generasi berikutnya untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Mengutip dari hadist Nabi muhammad SAW : "Barang siapa yang diberikan kekuasaan oleh allah atas urusan umat islam, lalu berseMBUnyi dari memenuhi kebutuhan mereka, dan membiarkan mereka bersama kemiskinannya, maka Allah mengambil jarak dari memenuhi kebutuhannya, dan membiarkannya dari kemiskinannya."

Didalam hadist ini terdapat ancaman yang keras terhadap orang yang diberikan kekuasaan atas sesuatu dari urusan umat islam, dan berseMBUnyi

42

dari mereka tanpa alasan, karena hal tersebut menyebabkan terlambatnya pemberian hak-hak atau menyia-nyiakannya.

Dalam Perspektif Islam, Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan 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 mutlaq (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah.

Corporate Social Responsibility (CSR) ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (equilibrum), kehendak bebas (free will) dan tanggung jawab (responsibility).

Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam Perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

1. AL-ADL

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang

teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak- kontrak serta pejanjian bisnis.

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 al- Quran Surat Huud ayat 85.

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

2. AL-IHSAN

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

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 kesejahteran masyarakat (internal maupun eksternal Perusahaan).

Pada dasarnya, Perbankan 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 Corporate Social Responsibility (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.

4. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang Perlu diPerhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, Maupun dalam mengemudikan suatu Perusahaan.

Perusahaan yang menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR), harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari Perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam Perusahaan 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.

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

1. Tangung Jawab Sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam Perusahaan dan stakeholder.
2. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap lingkungan alam
3. Tanggung Jawab Sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Islam sangat mendukung Corporate Social Responsibility (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, sehinga 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.[43]

---

43 Yody Tistanto Fakultas Hukum Bisnis Universitas Pancasila Jakarta (2010), dan S2 Program Pascasarjana Magister Hukum Ekonomi Syariah di (Universitas Islam Negeri) Syarif Hidayatullah, Jakarta (2015).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Sugiyono, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang Perlu diPerhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.[44] Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualititatif.

David Williams menulis bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.[45]

Penulis buku penelitian kualitatif lainnya (Denzim dan Lincoln) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen. [46]

44Sugiyono,*Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2018), h. 2.

45Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Bandung : Rosda. 2017), h. 5.

46*Ibid.*

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan yang diteliti dengan lebih rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Definisi ini lebih melihat Perspektif emik dalam penelitian yaitu :

Memandang suatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit.[47]

Menurut Jane Richie,"Penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial dan Perspektifnya di dalam dunia, dari segi konsep, Perilaku, Persepsi dan Persoalan tentang manusia yang diteliti". [1]

Menurut Sugiyono metode penelitian kualititatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi yang alamiah, (sebagai lawannya eksPerimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.[48]

Dari kajian tentang definisi-definisi tersebut dapatlah disintesiskan bahwa penelitian kualitataif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya Perilaku, Persepsi, motivasi, tindakan dll, secara holistik dan

---

47*Ibid*.h.6.

48Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2018), h. 9.

dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.[49]

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna yaitu data sebenarnya yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Generalisasi pada penelitian kualitatif dinamakan *transferability*.[50]

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah PT Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci yang berlokasi di Desa CiPerna Kecamatan Talun Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Alasan penulis memilih lokasi penelitian yang Pertama karena PT Jasamarga merupakan salah satu Perusahaan BUMN di Indonesia yang melaksanakan program tanggung jawab sosial Perusahaan (*CoorporateSocial Responsibility*). Sedangkan Desa CiPerna dipilih sebagai lokasi penelitian yang kedua karena terdapat masyarakat Desa CiPerna yang mendapatkan program tanggung jawab sosial Perusahaan CSR dari PT Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 8 (delapan) bulan, terhitung dari 30 Mei 2018 sampai 30 Oktober 2018. Adapun untuk jadwal penelitian dapat dilihat dalam tabel.3.1. di bawah ini, yaitu :

49Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*,(Bandung : Rosda. 2017), h. 6.

50Moleong, *loc. cit*

C. Data dan Sumber Data

Menurut Lofland sumber data utama dalam penlitian kualitatif ialah *kata-kata*, dan *tindakan*, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dal lain-lain. Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanay dibagi kedalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.[51]

1. Kata-kata dan tindakan

Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui Perekaman *video/audio tapes*, pengambilan foto atau film.[52] Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berPeranserta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar dan bertnya. Manakah diantara kegiatan yang dominan, jelas akan bervariasi dari satu waktu ke waktu lain dan dari satu situasi ke situasi lainnya.[53]

2. Sumber Tertulis

Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.[54]

51*Ibid* ,h.157.

52*Ibid,*

53*Ibid,*

54*Ibid* ,h. 160

3. Foto

Foto yang dihasilkan sendiri oleh peneliti biasanya bermanfaat sebagaiman sudah diutarakan pada foto hasil orang lain. Selain itu, foto banyak digunakan bersama-sama dengan pengamatan berpranserta Penggunaan foto untuk melengkapi sumber data memiliki manfaat yang besar. Hanya Perlu diberi catatan khusus tentang keadaan dalam foto dan dijadikan sebagai catatan lapangan.[55]

4. Data Statistik

Peneliti kualitatif sering juga menggunakan data statistik yang telah tersedia sebagai sumber data tambahan bagi kePerluannya. Manfaat Statistik misalnya dapat membantu memberi gambaran tentang kecenderungan subjek pada latar penelitian.

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spadley dinamakan "*social situation*" atau situasi sosial terdiri atas tiga elemen yaitu : tempat *(place,* pelaku *(actors),* dan aktivitas *(actvity)* yang berinteraksi secara sinergis.[56]

Situasi sosial tersebut, dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diketahui "apa yang terjadi" di dalamnya. Pada situasi sosial atau objek penelitian ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (*activity),* orsng-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu.[57]

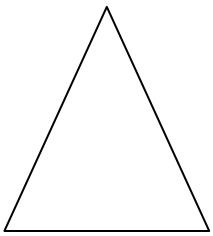
55*Ibid*

56Sugiyono, op.cit. h. 215.

57*Ibid*.

***Social Situation* (Situasi Sosial)**

Place / Tempat



Actor/Orang *Actvity*/Aktivitas

Gambar 3.1

Social Situation (Situasi Sosial)

Pada penelitian kualitatif, peneliti memasuki situasi sosial tertentu, melakukan observasi dan wawancara kepada orang-orang yang dipandang tahu tentang situasi sosial tersebut. Sumber data dari penelitian ini didapatkan dari dua sumber yaitu:

a) Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misal data yang didapat langsung dari lapangan berupa hasil wawancara, dokumentasi dan observasi. Pihak yang menjadi narasumber diantaranya adalah pimpinan Bank Yudha Bhakti Cabang Cirebon, Manajer bidang Audit atau audit internal dan nasabah Bank Yudha Bhakti Cirebon.

b) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misal data yang bersumber dari literature yang didapat dari studi kepustakaan yang berhubungan dengan CSR dan tinjauan CSR dalam Hukum Islam baik berupa buku-buku dokumen maupun online.[58]

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Adapun teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Marshall menyatakan bahwa "*through observation, the researcher learn about behaviour and the meaning attached to those behavior*". "Melalui observasi, peneliti belajar tentang Perilaku, dan makna dari Perilaku tersebut".[59]

Menurut Sanafiah Faisal dalam Sugiyono,"observasi dibedakan dalam 3 jenis yaitu observasi partisipatif, observasi terus terang atau tersamar dan observasi tak berstruktur."[60]

58*Ibid*. h. 224-225.

[59]*Ibid* ,h. 226

[60]*Ibid*.

Dalam penelitian ini digunakan observasi terus terang atau tersamar, menurut Sugiyono,"jenis observasi ini dilakukan dengan cara peneliti berterus terang kepada narasumber bahwa ia sedang melakukan penelitian, tetapi pada suatu waktu peneliti juga tidak berterus terang, hal ini untuk menghindari jika data yang dicari merupakan data yang dirahasiakan".[61] Dalam penelitian ini digunakan observasi terus terang atau tersamar, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang dirahasiakan.

2. Wawancara

Menurut Ronny Kountur,"wawancara merupakan cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan narasumber."[62] Menurut Esterberg dalam Sugiyono, " wawancara dibedakan dalam 3 jenis yaitu wawancara terstruktur, semistruktur dan tidak terstruktur."[63] Penelitian ini menggunakan wawancara semiterstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara semiterstruktur menurut Sugiyono, "merupakan jenis wawancara yang telah disiapkan pedoman wawancaranya namun tidak disiapkan alternative jawabannya. Selanjutnya adalah wawancara tidak terstruktur menurut Sugiyono yaitu, "jenis wawancara bebas dan tidak terikat oleh pedoman wawancara."[64] Dalam penelitian ini wawancara semistruktur dilakukan dengan semua

[61]*Ibid*. h. 227.

[62]op, cit. h. 186.

63*Ibid*. Sugiyono. h. 233.

64*Ibid.*

narasumber dan menggunakan pedoman wawancara tetapi tidak disiapkan alternatif jawabannya. Sedangkan untuk wawancara tidak terstruktur dilakukan tidak berdasarkan pedoman wawancara dan ketika membangun hubungan dengan narasumber.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan Peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat diPercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan di masa kecil, sekolah, tempat kerja, masyarakat, dan autobiografi.[65]

4. Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada .[66] Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data untuk mengumpulkan data dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan observasi terus terang/ tersamar, wawancara semi struktur/ tidak terstruktur dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak.

E. Teknik Pengolahan Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diPeroleh dari hasil

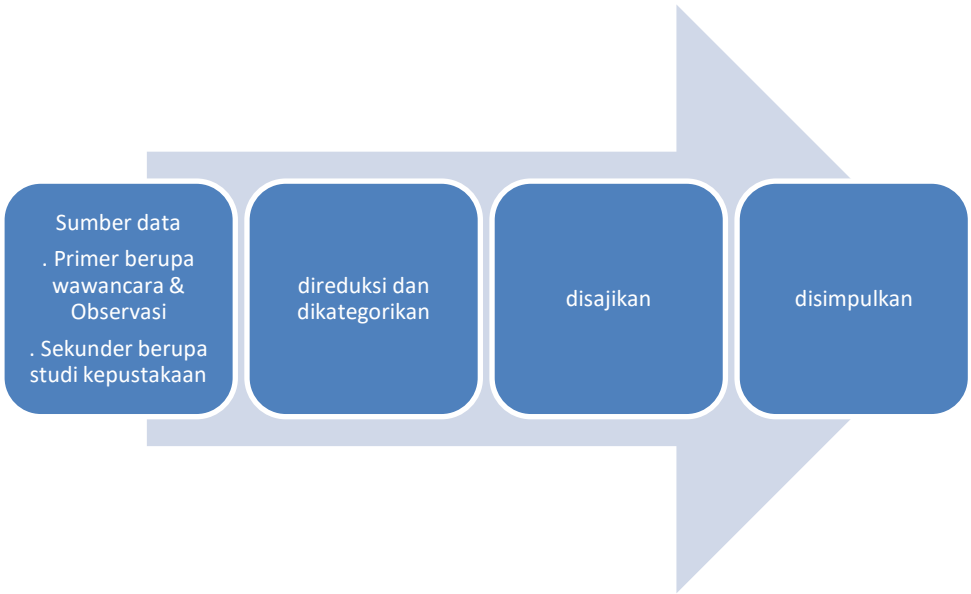
---

65*Ibid*. h. 240.

66*Ibid*. h. 241.

wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan meMBUat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[67]

Selanjutnya menurut Sugiyono, "analisis data kualitatif bersifat induktif yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diPeroleh yang selanjutnya dikembangkan menjadi suatu hipotesis ". Berikut ini diagram mengenai proses analisis data model Miles and Huberman seperti dikutip Sugiyono yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.[68]



Gambar 3.1 Bagan Prosedur Analisis Data

Data yang didapat baik dari sumber data primer berupa wawancara dan observasi maupun sumber data sekunder berupa studi kepustakaan untuk

67*Ibid*. h. 244.

68*Ibid*.Sugiyono. h. 247.

selanjutnya direduksi, dikategorikan dan disimpulkan. Menurut Boedi Abdullah, mereduksi data berarti merangkum untuk memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting serta mencari tema dan polanya sehingga akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memPermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya apabila diPerlukan.[69]

Langkah selanjutnya dalam proses analisis data adalah penyajian data. Menurut Sugiyono, "dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya."[70] Langkah terakhir dalam proses analisis data berdasarkan model Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Menurut Sugiyono, "kesimpulan awal yang dikemukakan peneliti dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya".[71]

F. Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Budi Abdoellah, "pengujian keabsahan data dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan uji kredibilitas." Uji kredibilitas dapat dilakukan dengan cara Perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, trianggulasi, diskusi dengan teman, analisis kasus negative, menggunakan bahan referensi

---

69Ibid. budi. h. 221.

70Ibid. Sugiyono. h. 249.

71*Ibid*. h. 253.

dan member check.[72] Dalam penelitian ini uji kredibilitas yang dilakukan adalah dengan cara peningkatan ketekunan, trianggulasi, menggunakan bahan referensi dan member check.

1. Peningkatan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinaMBUngan.
2. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data dan triangulasi teknik pengumpulan data. Triangulasi sumber data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap tiga unsur yang berbeda yaitu pimpinan PT. Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci, Kepala Bidang OPerasional, Divisi Marketing dan Customer Service. Keterangan dari hasil wawancara terhadap keempat narasumber tersebut dideskripsikan dan dikategorisasikan, mana pandangan yang sama dan mana pandangan yang berbeda kemudian dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan ketiga sumber data tersebut. Sedangkan triangulasi teknik pengambilan data dilakukan dengan mencocokan keterangan dari hasil wawancara dengan data yang didapat dari observasi.
3. Menggunakan bahan referensi

   Bahan referensi yang digunakan dapat berupa alat Perekam wawancara dan foto-foto hasil observasi.

72Budi, Abdoellah. 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia. h. 121.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data hasil Penelitian

1. Profil PT. Jasamarga

a. Nama dan Kedudukan

PT Jasamarga (Persero) Tbk. Berkedudukan di jakarta

b. Kantor pusat

Plaza Tol Taman mini Indonesia Indah Jakarta 13550 Indonesia

Tel. 62-21 841 3526, 841 3630 Fax. 62-21 841 3540

E-mail jsmr@jasamarga.co.id situs Web www.jasamarga.com

c. Pusat informasi lalu lintas Dan pelayanan lainnya Jmtic (Jasamarga Traffic Information Center) : 14080 Twitter : @ptjasamarga (khusus informasi lalu lintas) @official_jsmr (untuk informasi umum lainnya) Instagram: @official.jasamarga, Facebook: PT Jasamarga – Persero Tbk, Aplikasi mobile : jmcare

d. INFORMASI PENDIRIAN

Tanggal Pendirian : 01 maret 1978

Dasar Hukum Pendirian : Peraturan Pemerintah no. 04 tahun 1978

Modal Dasar : Rp 9,52 triliun

Modal Ditempatkan & Disetor Penuh : Rp 3,6 triliun

e. INFORMASI SAHAM

Kepemilikan : - Pemerintah Indonesia 70%

- Publik 30%

Nama Bursa : PT Bursa Efek Indonesia/BEI (The Indonesia Stock Exchange/IDX)

Tanggal ipo : 12 november 2007

Kode Bursa : BEI/IDX:jsmr Bloomberg:jsmr Ij Reuters:jsmr.jk

f. Visi Jasamarga

Menjadi Perusahaan jalan Tol nasional Terbesar, TerPercaya dan BerkesinaMBUngan.

g. Misi Jasamarga

1. Memimpin Pembangunan jalan tol di Indonesia untuk meningkatkan konektivitas nasional.
2. Menjalankan usaha jalan tol di seluruh rantai nilai secara profesional dan berkesinaMBUngan.
3. Memaksimalkan pengembangan kawasan untuk meningkatkan kemajuan masyarakat dan keuntungan Perusahaan.
4. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan pelayanan Prima.

h. Tata Nilai dan Budaya Jasamarga

Untuk menjalankan misi Perseroan dalam upaya mencapai Visi yang telah ditetapkan, Jasamarga telah menyusun Tata nilai yang menjadi pedoman prinsip (guiding principles) dalam berPerilaku (behavior) dan meMBUat keputusan (decision making). Tata nilai tersebut dibangun atas dasar empat nilai pokok yang diakui dan dikembangkan bersama, yaitu JSMR (Jujur– Sigap – Mumpuni – Respek).

Tata nilai ini telah disetujui oleh Dewan Komisaris dan Direksi dengan Keputusan Direksi no. 50/KPTs/2013 tanggal 01 maret 2013 tentang Visi, misi dan Tata nilai Perusahaan. sebagai suatu bentuk keseriusan dan untuk memantau efektivitas penerapan tata nilai Perseroan, dibuat suatu pedoman sosialisisasi dan evaluasi Visi, misi dan Tata nilai Perusahaan yang tertuang pada Keputusan Direksi no. 173/KPTs/2014 tanggal 15 oktober 2014.

Empat nilai Pokok Jasamarga yang Diakui dan Dikembangkan Bersama, serta Digunakan sebagai Landasan Insan Jasamarga dalam Berinteraksi dengan Para Pemangku Kepentingan.

i. Bidang Usaha

Berdasarkan Pasal 3 anggaran Dasar, maksud dan tujuan Perseroan adalah turut serta melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan dan program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya pembangunan di bidang pengusahaan jalan tol dengan sarana penunjangnya dengan menerapkan prinsip-prinsip Perusahaan terbatas. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, Perseroan melaksanakan kegiatan usaha utama sebagai berikut:

1. Melakukan Perencanaan teknis, pelaksanaan konstruksi, pengoPerasian dan pemeliharaan jalan tol.
2. mengusahakan lahan di ruang milik jalan tol (rumijatol) dan lahan yang berbatasan dengan rumijatol untuk tempat istirahat dan

pelayanan, berikut dengan fasilitas- fasilitas dan usaha lainnya.

Kegiatan usaha tersebut dilakukan Perseroan melalui proses merencanakan, membangun, mengoPerasikan dan memelihara jalan tol serta sarana kelengkapannya agar jalan tol dapat berfungsi sebagai jalan bebas hambatan yang memberikan manfaat lebih tinggi daripada jalan umum bukan tol.

Berdasarkan anggaran Dasar Perseroan, selain melakukan kegiatan usaha utama, Perseroan juga melakukan kegiatan usaha penunjang, yaitu:

1. Bidang pengembangan proPerti di wilayah yang berdekatan dengan koridor jalan tol.
2. Bidang pengembangan jasa untuk usaha-usaha yang terkait dengan moda-moda atau sarana transportasi, pendistribusian material cair/padat/gas, jaringan sarana informasi, teknologi dan komunikasi, terkait dengan koridor jalan tol.
3. Bidang jasa dan Perdagangan untuk layanan konstruksi, pemeliharaan dan pengoPerasian jalan tol.

B. Pembahasan

Berdasarkan paparan data hasil penelitian sebagaimana yang telah dipaparkan diatas, bahwa temuan penelitian di PT Jasamarga Cabang Palimanan-Kanci yang mengacu pada rumusan masalah yaitu: 1) Implementasi Corporate Social Rresponsibility PT. Jasamarga Cabang

Palimanan-Kanci, 2) Bagaimana Corporate Social Rresponsibility dalam Perspektif Al-Adl, Al-Ihsan, manfaat dan Amanah

Sesuai dengan teknik analisis yang dipilih yaitu menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menganalisis data yang telah dikumpulkan dari observasi, wawancara dan dokumentasi pada Perusahaan terkait yang dijadikan tempat penelitian. Data yang diPeroleh ini akan kembali dipaparkan dan di analisis sesuai rumusan masalah diatas, dibawah ini adalah pembahasan dari hasil data penelitian yang telah diPeroleh.

1. Implementasi CSR Jasamarga

Berdasarkan informan dari Bapak Budiman selaku Program Kemitraan dan Bina Lingkungan beliau mengatakan dari Bapak Refly Harun sebagai Komisaris Utama atau independen dalam saMBUtannya yang dituangkan di dalam laporan Dewan Komisaris prinsip manfaat/keuntungan (taba'dulul manafi) dilakukan dengan cara terus melakukan inovasi produk yang memberikan keuntungan bukan kepada pihak Perusahaan saja, tapi juga masyarakat, steakholder juga diuntungkan.

> "Keberhasilan pencapaian kinerja Jasamarga dicapai dengan komitmen menjaga kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial, sehingga mampu memberikan nilai lebih kepada Pemegang saham dan pemangku kepentingan. Perseroan menyadari bahwa konsep Triple Bottom Line atau Profit, People, dan Planet (3Ps) merupakan guidance yang harus diimplementasikan secara terencana, sistemik, dan berkelanjutan dalam strategi dan proses bisnis. Perubahan

lingkungan bisnis yang semakin dramatis juga mendorong lahirnya kesadaran baru bahwa keunggulan daya saing tidak hanya dtentukan oleh keunggulan laba semata, namun harus pula ditopang oleh keunggulan di bidang kesejahteraan sosial dan kelestariaan alam sekitar."

Pernyataan tersebut diPertegas oleh Direktur Utama PT. Jasamarga Ibu Desi arryani Keberlanjutan usaha Jasamarga sebagai anugerah yang harus kita syukuri dan wajib kita Pertahankan melalui upaya terbaik mewujudkan Pertumbuhan kinerja yang cemerlang dan berkelanjutan. Untuk mewujudkan hal tersebut, diPerlukan komitmen dan kerjasama yang solid semua pihak antara manajemen dan seluruh karyawan, serta didukung oleh hubungan harmonis antara Perusahaan dengan pemangku kepentingan.

"Sinergi antara Perusahaan dan pemangku kepentingan menjadi landasan yang kokoh untuk mewujudkan komitmen Perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab atas pengelolaan lingkungan dan sosial. Kami berkeyakinan bahwa dengan keunggulan daya saing dan nilai-nilai berkelanjutan yang dimiliki, Perseroan mampu mewujudkan keseimbangan antara kinerja ekonomi (profit), dukungan karyawan dan lingkungan sosial (people), serta dukungan lingkungan alam sekitar (planet). Kami menyadari bahwa Triple Bottom Line (3Ps) bukanlah hanya sekedar konsep yang Perlu dipahami, melainkan harus diimplementasikan dalam strategi dan proses bisnis keseharian.

Kesadaran dan strategi atas penerapan prinsip-prinsip Triple Bottom Line telah mendukung pencapaian kinerja Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan pencapaian pendapatan usaha Perseroan tahun 2017 sebesar rp35,39 triliun tuMBUh 190,19% dan laba tahun berjalan sebesar rp2,22 triliun tuMBUh 31,91%. sedangkan komitmen keberlanjutan Jasamarga diwujudkan dengan mengalokasikan dana program kemitraan sebesar rp53,69 miliar, dana program bina lingkungan dan pengentasan kemiskinan sebesar rp19,74 miliar.

Komitmen tersebut kemudian dijabarkan melalui adanya unit yang bertanggung jawab atas berbagai program kerja khususnya terkait dengan tangung jawab social dan lingkungan. Komitmen tersebut juga tertuang dalam anggaran yang kami alokasikan secara khusus untuk mendorong berbagai aktivitas dan program di bidang antara lain: pengembangan sosial dan masyarakat (community development), kesehatan dan keselamatan

kerja, Perlindungan dan edukasi konsumen, serta program di bidang kelestarian alam sekitar.

Komitmen Jasamarga untuk terus berkontribusi dan tampil sebagai pilar dan penggerak bagi lajunya pembangunan ekonomi nasional melalui penyediaan dan pengelolaan infrastruktur yang berkualitas khususnya jalan tol. sebagai badan usaha yang memfasilitasi oPerasi jalan tol, Jasamarga berPeran strategis dalam

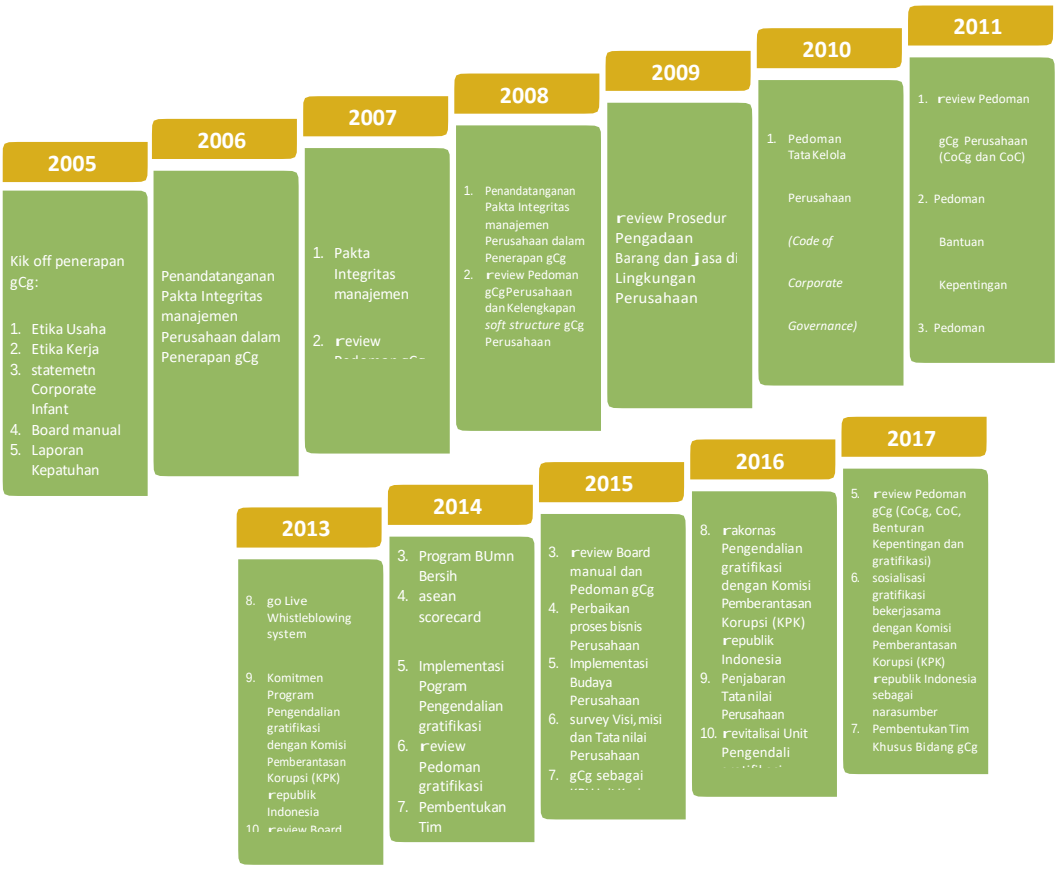
menghubungkan sentra dan distribusi ekonomi masyarakat sehingga mampu menghasilkan nilai tambah Perekonomian dan pemerataan pembangunan nasional.

Jasamarga memahami implementasi GCG dengan sudut pandang yang luas sebagai suatu sistem penunjang kinerja dan pemenuhan aspek kepatuhan terhadap berbagai Peraturan Perundang-undangan. Lebih lanjut merupakan suatu kesadaran yang diimplementasikan menjadi budaya dalam bisnis yang beretika.

Pengembangan GCG Perseroan mengikuti dan menyesuaikan terhadap Perubahan Peraturan Perundang-undangan dan praktik terbaik (best practice) atas tata kelola Perusahaan. Dalam rangka penerapan prinsip-prinsip GCG, Jasamarga berpedoman pada Peraturan menteri negara BUMN no. Per-01/MBU/2011 tanggal 01 agustus 2011 tentang Penerapan Tata Kelola yang Baik pada BUMN, dengan Perubahan terakhirnya yaitu Peraturan Menteri Negara BUMN No. Per-09/MBU/ 2012, yang menyebutkan bahwa “BUMN wajib melaksanakan oPerasional Perusahaan dengan berpegang pada prinsip-prinsip GCG yaitu transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi dan kewajaran”.

Jasamarga terus melakukan berbagai upaya dan inisiatif implementasi GCG, baik yang dilakukan secara mandiri maupun dibantu oleh pihak indepen den dalam mencapai tata kelola Perusahaan yang berkelanjutan (*sustainable governance*).

Jasamarga memiliki komitmen penuh dan secara konsisten menegak kan penerapan GCG dengan mengacu kepada beberapa aturan formal yang menjadi landasan bagi Perseroan dalam penerapan GCG. Untuk memudahkan penerapan GCG, Perseroan telah menetapkan roadmap GCG, sebagai berikut:



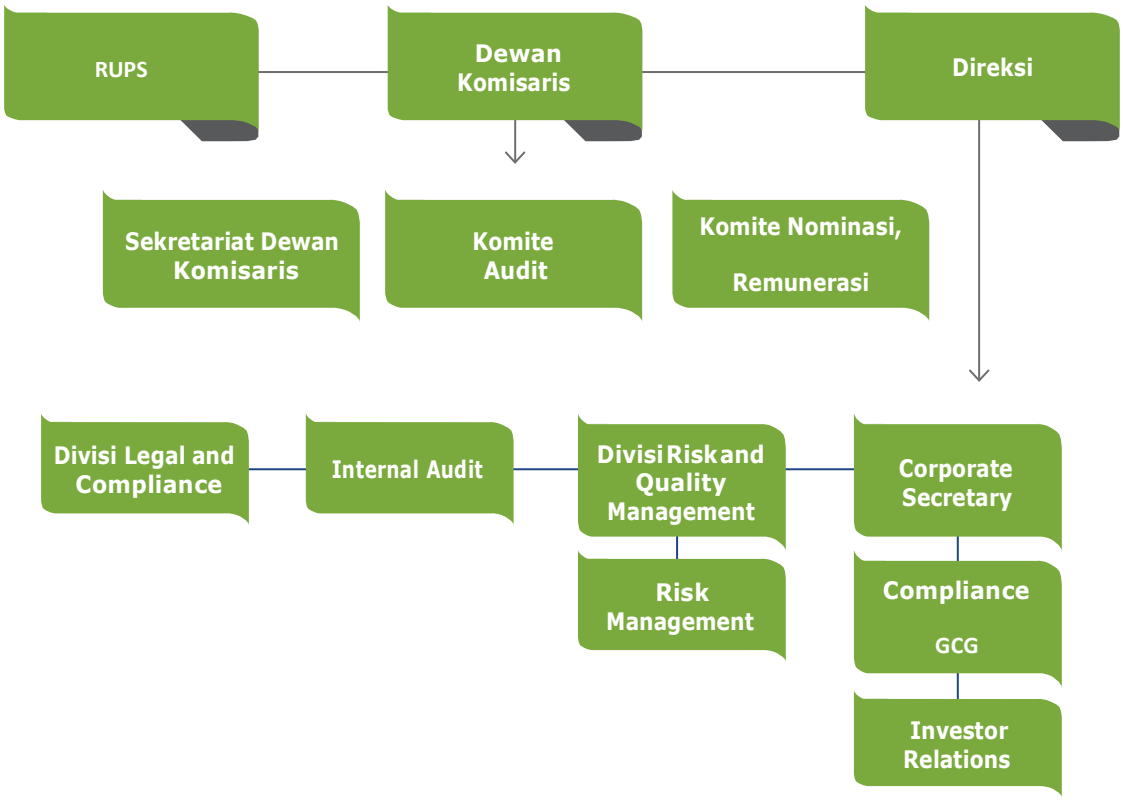
Komitmen penerapan GCG tertuang dalam kebijakan-kebijakan/ pedoman internal terkait penerapan GCG melalui keputusan Direksi, antara lain: Pedoman Tata Kelola Perusahaan, Pedoman Tata Perilaku, Pedoman Benturan Kepentingan (Conflict of Interest), Pedoman Whistleblowing system, Pedoman Penanganan gratifikasi, Board manual Dewan Komisaris dan Direksi, Pembagian Tugas dan Wewenang Direksi, Pedoman Pelaksanaan rapat Direksi dan kebijakan lainnya

Dengan mengacu pada Undang Undang no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 1, struktur tata kelola Jasamarga menetapkan organ Perseroan utama yang terdiri dari rapat Umum Pemegang saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi serta organ Pendukung yang

meliputi Komite-Komite dibawah Komisaris. sehingga struktur tata kelola Jasamarga terdiri dari:

a. Rapat Umum Pemegang saham (RUPS) adalah organ Perseroan yang mempunyai wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris dalam batas yang ditentukan dalam Undang Undang dan anggaran Dasar.
b. Direksi adalah organ Perseroan yang berwenang dan bertanggung jawab penuh atas pengurusan Perseroan untuk kepentingan Perseroan, sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan serta mewakili Perseroan, baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan anggaran dasar.

Dewan Komisaris adalah organ Perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum dan khusus sesuai dengan anggaran Dasar serta memberi nasihat kepada Direksi. Jasamarga telah memiliki struktur Tata Kelola yang lengkap khususnya dalam penerapan prinsip-prinsip GCG, sebagai berikut:



2. Pengendalian Manajemen Risiko

Dalam menjalankan kegiatan usaha, Perseroan menyadari bahwa risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam setiap kegiatan oPerasionalnya dan dapat mempengaruhi hasil usaha dan kinerja Perseroan. mengingat bisnis jalan tol merupakan investasi besar dengan pengembalian jangka panjang dan memiliki ketidakpastian tinggi selama masa pembangunan serta pengoPerasian nya, maka penerapan manajemen risiko menjadi semakin penting bagi gerak langkah Jasamarga dalam menjalankan usahanya.

manajemen risiko membantu pengambilan keputusan dengan memPertimbangkan ketidakpastian dan pengaruhnya terhadap pencapaian

tujuan strategis Perseroan. menyadari akan risiko-risiko yang dihadapi, Perseroan secara proaktif berusaha untuk meningkatkan kemampuan manajemen risiko di Perseroan. Untuk dapat memPeroleh legitimasi di seluruh organisasi, kebijakan penerapan manajemen risiko Perlu ditegaskan melalui komitmen manajemen yang disesuaikan dengan aturan yang berlaku sejak tahun 2007, Jasamarga telah menerapkan sistem manajemen risiko yang berbasis pada standar as/nZs 4360:1999 sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Direksi no. 139/KPTs/2007 tentang manual Pengelolaan risiko. selanjutnya, dengan terbitnya Iso 31000:2009 pada tanggal 31 oktober 2009, Jasamarga melakukan tinjauan manajemen untuk mengubah pedoman penerapan manajemen risiko dengan standar baru yang berorientasi pada Enterprise risk management (Erm) dengan menerbitkan Keputusan Direksi Jasamarga no. 129.2/KPTs/2010 tentang Kebijakan manajemen risiko dan manual manajemen risiko di Lingkungan PT Jasamarga (Persero) Tbk.

Skema Perjalanan Jasamarga dalam menerapkan manajemen risiko dapat dilihat pada Roadmap Pengembangan sistem manajemen risiko di bawah ini. roadmap ini di-update setiap tahun mengikuti Perkembangan lingkungan serta kebijakan internal dan eksternal Perseroan.

3. Manajemen Pemangku Kepentingan

Jasamarga menyadari keberadaan pemangku kepentingan sebagai pihak yang memiliki pengaruh dan terpengaruh terhadap pencapaian tujuan Perseroan, serta mempunyai ekspektasi dan kepentingan yang berbeda-beda

di tiap-tiap wilayah operasi. Perseroan berharap dengan interaksi dan hubungan positif dapat memberikan mutual benefit antara Perusahaan dan pemangku kepentingan dalam menunjang keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

oleh karena itu, kemudian Jasamarga menyusun kerangka hubungan dan pelibatan para pemangku kepentingan dalam kegiatan pengelolaan Perusahaan. Perseroan berupaya mengidentifikasi berbagai pemangku kepentingan dan mengelompokkannya ke dalam 8 kelompok pemangku kepentingan, yakni:

1. Pemegang saham,
2. Kreditur,
3. Pemerintah, baik Pusat maupun Daerah, termasuk
4. instansi yang ada didalamnya,
5. Karyawan,
6. Pelanggan/Pengguna jalan Tol,
7. Pesaing,
8. Mitra Usaha/Pemasok/Kontraktor,
9. Komunitas masyarakat dan lembaganya,
10. Media massa

analisis identifikasi pemangku kepentingan dilakukan melalui metode diskusi kelompok terarah (focus group discussion) wawancara mendalam, observasi dan studi kepustakaan untuk menganalisa kekuatan, pengaruh, legitimasi, isu dan kedalaman tingkat kepentingan pemangku kepentingan

terhadap Perseroan. satuan analisis yang digunakan adalah lembaga atau kelompok yang telah didefinisikan sebagai pemangku kepentingan.

Jasamarga secara berkelanjutan terus melakukan pembinaan hubungan dengan pemangku kepentingan, yang meliputi internal dan eksternal Perseroan. Hal tersebut dilakukan guna memastikan bahwa Perseroan dapat mengetahui ekspektasi dan kepentingan mutakhir para pemangku kepentingan, lalu berupaya menyelaraskan programprogram kerjanya sesuai dinamika yang terjadi. Dari berbagai kegiatan interaksi dengan para pemangku kepentingan tersebut, Jasamarga kemudian merealisasikan pola hubungan dan pembinaan dengan masing-masing kelompok kepentingan sesuai dengan topik-topik yang relevan. Pola pembinaan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing pemangku kepentingan, demikian juga frekuensi pembinaan. Pola hubungan dan pembinaan disajikan dalam tabel berikut.

Pemangku Kepentingan	Basis Identifikasi	Topik Utama	Harapan Pemangku Kepentingan	Pendekatan Interaksi
Pelanggan	Ketergantungan	manajemen Keluhan pelanggan Pusat pelayanan pelanggan	1.mutu jalan tol yang terjaga. 2.Perlengkapan dan keamanan bagi penggunaan jalan tol. 3.Pertolongan yang sigap pada kejadian kecelakaan. 4.Pelayanan yang melebihi harapan.	- Penyediaan informasi kondisi lalulintas kepada pelanggan. - realisasi program pemeliharaan dan Perbaikan kondisi jalan secara teratur. - fasilitas akses layanan pada pelanggan dan - Pelaksanaan kegiatan Temu Pelanggan.
Pemegang saham dan investor	Tanggung jawab, Pengaruh	- Pertanggung-jawaban kinerja Perseroan selama satu tahun - Pelaporan	1.menjaga dan meningkatkan nilai investasi melalui peningkatan kinerja Perseroan. 2.Terpenuhinya hak-hak pemegang	- RUPS - Investor road shows - Investor gathering - Project visit - Public Expose

		Kinerja oPerasi, keuangan dan sosial Perseroan	saham, mayoritas maupun minoritas. 3.Keterbukaan informasi untuk hal-hal yang substantial dan kejelasan arah pengembangan usaha 4.Penghormatan hak-hak pemegang saham sesuai UU, Peraturan, aD/arT.	
Pemerintah/ regulator	Pengaruh	- Pembayaran kewajiban Perseroan kepada negara - Diskusi dan masukan terkait program dan rencana kegiatan	- Hubungan yang harmonis dan konstruktif dengan regulator. - Jasamarga dan segenap karyawan nya tunduk dan mematuhi hukum, Perundangan, - Kontribusi positif terhadap masyarakat	- Pertemuan Bipartit baik pemerintahan pusat maupun daerah. - Dengar Pendapat DPr - Kunjungan Kerja ke Lokasi Proyek - Pemenuhan kewajiban pembayaran pajak,

		Perseroan	sekitar. - Pemenuhan ketentuan LKHPN. - Pemenuhan laporan berkala kepada regulator, termasuk kepada BPjT (Badan Pengatur jalan Tol).	retribusi dan penerimaan negara bukan pajak (PnBP) lain sesuai Peraturan Perundang-undangan.
Karyawan	Ketergantungan	- Kesepakatan kerja antara manajemen Perseroan dengan pegawai - Penyelesaian masalah kepegawaian - Kesempatan peningkatan kompetensi dan karir	1. Kejelasan hak dan kewajiban. 2. Pemberian paket remunerasi sesuai kinerja. 3. Kesetaraan dalam jenjang karir dan remunerasi. 4. jaminan keamanan, kesehatan, dan keselamatan kerja. 5. Kenyamanan lingkungan kerja	- Penyusunan dan penetapan Perjanjian kerja bersama (PKB) melalui dialog dengan serikat Karyawan. - Pertemuan rutin antara karyawan dengan manajemen Perseroan sebagai forum dialog langsung. - Pengembangan kompetensi

				karyawan serta menyiapkan manajemen/ pemimpin Perseroan yang profesional. - Pemberlakuan sistem manajemen sDm dan sistim insentif berbasis kinerja
mitra Kerja/ Kontraktor (Vendor)	Pengaruh	- Pengadaan barang dan jasa sesuai kebutuhan Perseroan - Kinerja mitra kerja	1.Proses pengadaan secara fair dan transparan 2.seleksi dan evaluasi secara obyektif dalam penentuan pemenang kontrak jasa pembangunan / suplai barang 3.Prosedur administrasi pengadaan yang akurat namun	- Penyelenggaraan penawaran (tender) kontrak kerja secara terbuka dan transparan. - Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan kontrak kerja vendor melalui pelaksanaan assessment secara berkala.

			sederhana 4.Penyelesaian pembayaran produk dan jasa yang tepat waktu. 5.Hubungan saling menguntungkan/mutually beneficial growth.	
Kreditor	Tanggung jawab	Penyediaan Informasi dan Pertanggungjawaban pelaksanaan proyek pembangunan/ fasilitas yang dikelola Jasamarga.	1.Kejelasan rencana pengembangan. 2.Pembayaran kewajiban tepat waktu. 3.Transparansi kondisi oPerasional dan keuangan. 4.Update informasi mengenai kondisi pembangunan ruas baru.	- site Visit, kunjungan langsung kreditur ke lokasi proyek pembangunan atau fasilitas yang dikelola Jasamarga. · non-deal roadshow, kunjungan manajemen Perseroan ke forum Pertemuan dengan para fund manager

				dari kreditur eksisting maupun calon Investor. · Conference-call, dialog atau komunikasi via telepon/multimedia dengan investor sesuai dengan kebutuhan.
Komunitas masyarakat/ Lembaga swadaya	Tanggung jawab, Pengaruh	- Pemberdayaan ekonomi masyarakat. - Peningkatan kualitas hidup masyarakat.	1. Terjalinnya hubungan yang serasi dan harmonis. 2. meminimalisir dampak pengembangan ruas jalan terhadap lingkungan. 3. Partisipasi dalam kegiatan pelestarian lingkungan. 4. melaksanakan program revegetasi	- Penyelenggaraan konsultasi publik dan social mapping. - sosialisasi recana Csr dan koordinasi pelaksanaan Csr Perseroan.

			dan reboisasi. 5. Kontribusi positif terhadap kehidupan ekonomi, sosial, dan lingkungan masyarakat sekitar.	
media massa	Pengaruh	konstruktif yang saling memberi benefit antara kebutuhan nara sumber berita dengan Jasa marga sebagai pihak yang memer lukan media.	1.akurasi objek pemberitaan. 2.Penyampaian informasi terkini dan berita tepat waktu. 3.Transparansi kondisi oPerasional dan keuangan	- Press release, penyampaian berita mengenai keberhasilan atau realisasi rencana kerja yang telah disiapkan kepada media massa tanpa melalui acara tatap muka. - media Visit, media *gathering* & Press *conference*, penyampaian berita secara langsung, disertai sesi tanya jawab.

Pesaing	Pengaruh	Persaingan sehat dalam proses tender konsesi.	Kewajaran dan fairness dalam pelaksanaan proses tender ruas jalan tol. Kelancaran lalu lintas pada jalan tol yang terintegrasi dengan jalan tol pihak lain	- forum bersama . - Keterlibatan dalam lembaga asosiasi

4. Corporate Social Rresponsibility dalam Perspektif Al-Adl, Al-Ihsan, manfaat dan Amanah

Implementasi Corporate Social Rresponsibility (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam Perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

1. Al-Adl

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.

Islam juga melarang segala bentuk penipuan, gharar (spekulasi), najsi (iklan palsu), ihtikar (meniMBUn barang) yang akan merugian pihak lain. Islam menuntut keseimbangan/ kesejajaran antara kepenting an diri dan kepentingan orang lain, antara kepentingan si kaya dan si miskin, antara hak pembeli dan hak penjual dan lain sebagainya. Artinya hendaknya sumberdaya ekonomi itu tidak hanya terakumulasi pada kalangan orang atau kelompok tertentu semata (Djakfar, 2007: 12).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak bina lingkungan PT. Jasamarga mengenai keadilan dalam penerapan kebijakan CSR bidang lingkungan dapat diPeroleh informasi bahwa program-program tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diterapkan di Desa CiPerna berupa bantuan kemitraan dan pelatihan bagi mitra atau calon mitra binaan Perusahaan. Selain itu keadilan disini juga bisa dilihat dari program-program yang telah terlaksana. Dari program-program CSR bina lingkungan yang telah terlaksana tersebut keseimbangan sosial dan keseimbangan alam terjaga bersamaan. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya demo masyarakat kepada PT. Jasamarga. Informan sempat mengatakan bahwa salah satu ukuran keberhasilan program CSR ini adalah tidak adanya demo masyarakat. Sedangkan keseimbangan alam dibuktikan dengan program penghijauan yang dilakukan di sekitar Perusahaan maupun diluar Perusahaan sebagai upaya menjaga alam dan keberhasilan Perusahaan dalam mengurangi polusi asap.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan pihak penerima dana atau bantuan CSR mengenai keadilan dari penerapan kebijakan CSR adalah di buktikan dengan penempatan bantuan yang tepat sesuai dengan kebutuhan. Karena adil juga bisa di artikan dengan menempatkan sesuatu pada tempatnya. Dari hasil wawancara dengan mitra binaan PT. Jasamarga memberikan bantuan berupa pinjaman dan juga pelatihan untuk mengelola usaha yang akan di jalaninya nanti sehingga bantuan itu sangat membantu kami selaku masyarakat kurang mampu dan kurang ilmu ini untuk bagaimana melakukan pengelolaan usaha yang baik. Hal ini meMBUktikan bahwa PT. Jasamarga telah menempatkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga bantuan yang diberikan dapat berguna.

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan dari paragraph sebelumnya dapat diPeroleh suatu gambaran bahwa secara keseluruhan PT. Jasamarga menerapkan prinsip keadilan dalam penerapan kebijakan CSR bidang lingkungan karena PT. Jasamarga dapat menempatkan sesuai dengan tempatnya seperti menentukan program- program CSR bidang lingkungan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

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.

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 di maksudkan sebagai proses niat, sikap dan Perilaku yang baik, transaksi yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada stake holders. Jika diukur dari ajaran Ihsan, Perbuatan CSR tidak Perlu mengharapkan imbalan dari orang yang dibantu. Apalagi yang dibantu adalah masyarakat miskin yang serba terbatas dalam segala aspek kehidupan (Djakfar, 2007: 12).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak bina lingkungan PT. Jasamarga mengenai prinsip ajaran ihsan dalam penerapan kebijakan CSR bidang lingkungandapat diPeroleh informasi bahwa PT. Jasamarga melakukan program CSR tanpa mengharapkan balasan. Penerapan ihsan pada PT. Jasamarga terwujud dalam program yang tidak menuntut pada imbalan. Seperti program bina lingkungan yang memberikan bantuan dana untuk pembangunan masjid, musholla, anak yatim, kaum duafa, sekolah, rutilahu dan kesehatan.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan pihak penerima dana atau bantuan CSR mengenai ihsan dalam penerapan kebijakan CSR dapat dibuktikan dengan jawaban dari penerima bantuan CSR bahwa PT. Jasamarga tidak mengharapkan imbalan dari bantuan yang telah di

berikan, hanya saja pada kegiatan PT. Jasamarga meminta foto agar terlihat adanya banner PT. Jasamarga dengan alasan harus ada bukti untuk laporan Perusahaan itu sendiri.

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan dari paragraph sebelumnya dapat diPeroleh suatu gambaran bahwa PT. Jasamarga dalam menerapkan prinsip ihsan dalam kebijakan CSR belum sepenuhnya ikhlas semata-mata karena Allah. Karena PT. Jasamarga dalam melaksanakan program CSR dilakukan dengan bukti foto. Hal ini menunjukkan bahwa agar masyarakat mengetahui bahwa dalam program yang terlaksana tersebut terdapat bantuan dari PT. Jasamarga.

3. Manfaat

Pada dasarnya, Perusahaan telah memberikan manfaat terkait oPerasional yang bergerak dalam bidang produksi yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam Corporate Social Responsibility (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan 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.

Selain menjalankan bisnisnya, PT. Jasamarga juga tidak lupa memberikan manfaat kepada elemen-elemen yang menunjang bisnis Perusahaan sendiri, yaitu karyawan, konsumen dan lingkungan sekitar. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak bina lingkungan PT.

Jasamarga mengenai manfaat dalam penerapan kebijakan CSR bidang lingkungan dapat diPeroleh informasi bahwa dengan adanya program CSR bina lingkungan berupa community development PT. Jasamarga telah memberikan manfaat beupa pelatihan kepada masyarakat agar bisa di gunakan dalam jangka panjang dan untuk membantu meningkatkan Perekonomian masyarakat dengan menerapkan pelatihan yang telah diberikan oleh pihak bina lingkungan PT. PT. Jasamarga.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan pihak penerima dana atau bantuan CSR mengenai manfaat dalam penerapan kebijakan CSR yaitu mereka mendapatkan banyak sekali manfaat yang di Peroleh dengan adanya kebijakan CSR ini, baik manfaat yang di rasakan langsung oleh penerima bantuan maupun yang di rasakan masyarakat lain yang menikmati hasil dari bantuan tersebut. Jadi manfaat yang dirasakan masyarakat tidak hanya berupa hasil produknya saja berupa jalan tol tetapi juga berupa materi lain yang di berikan oleh PT. Jasamarga yang di dapatkan dari hasil produksinya kemudian menghasil kan laba dan laba tersebutlah yang menghasilkan manfaat lain yang bisa di berikan kepada masyarakat yang meMBUtuhkan bantuan.

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan dari paragraph sebelumnya dapat diPeroleh suatu gambaran bahwa secara keseluruhan PT. Jasamarga menerapkan prinsip manfaat dalam penerapan kebijakan CSR.

4. Amanah

Perusahaan yang menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR), harus memahami dan menjaga Amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya. Misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari Perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam Perusahaan dapat dilakukan dengan transparansi yang jujur kepada konsumen, serta Amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dll. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan Perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan (Djakfar, 2007: 12).

Pelaku usaha/pihak Perusahaan harus memiliki Amanah dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal. Dalam penerapan CSR, Amanah bisa dilihat dari bagaimana suatu Perusahaan terbuka dalam melaporkan kegiatan atau aktivitas CSR yang telah dilaksanakan.

Dalam melakukan praktik CSR tidak bisa terlepas kaitannya dengan dengan istilah stakeholders atau pemangku kepentingan, karena mempengaruhi dan di pengaruhi terkait dengan terpenuhinya kebutuhan masing- masing.

Definisi stakeholder adalah kelompok- kelompok yang mempengaruhi dan/atau dipengaruhi oleh organisasi tersebut sebagai dampak dari aktivitas- aktivitasnya (Tanari, 2009: 17).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak bina lingkungan PT.

Semen Indonesia mengenai amanah dalam penerapan kebijakan CSR bidang lingkungan dapat diPeroleh informasi bahwa PT. Semen Indonesia bertanggung jawab atas undang-undang yang dibuat oleh pemerintah sebagai bentuk upaya pemerintah dalam menjaga kelestarian lingkungan. Dalam hasil wawancara disebutkan bagaimana pandangan Perusahaan terhadap kebijakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, menurut PT. Semen Indonesia CSR adalah tanggung jawab yang harus dilaksanakan oleh Perusahaan untuk menjaga hubungan baik antara Perusahaan dengan masyarakat.

Sedangkan dari hasil wawancara dengan pihak penerima dana atau bantuan CSR mengenai amanah dalam penerapan kebijakan CSR dapat dilihat dengan monitoring yang dilakukan PT. Semen Indonesia setelah memberikan dana ata bantuan. Monitoring yang dilakukan PT. Semen Indonesia dilakukan untuk mengetahui apakah bantuan yang di berikan bermanfaat atau tidak, kemudian apakah bantuan sudah memenuhi atau sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Namun PT. Semen Indonesia dalam pelaporan kegiatan CSR yang telah terlaksana kurang terbuka terhadap masyarakat. Pelaporan kegiatan CSR hanya ditujukan kepada pihak internal Perusahaan atau para stakeholder. Dengan ketidak terbukaan Perusahaan terhadap masyarakat mengenai program CSR yang telah terlaksana akan menimbulkan ketidakPercayaan oleh masyarakat.

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan dari paragraph

sebelumnya dapat diPeroleh suatu gambaran bahwa PT. Semen Indonesia dalam menerapkan kebijakan CSR kurang amanah. Hal ini di buktikan dengan kurangnya keterbukaan pelaporan CSR kepada masyarakat.

5. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan yang disebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Keterbatasan waktu penelitian yang relatif singkat dikarenakan Permasalahan yang diambil adalah keadaan Perusahaan sehingga harus meMBUtuhkan waktu yang cukup lama, karena setiap keadaan Perusahaan selalu berubah-ubah setiap waktunya.
2. Keterbatasan penulis dalam menganalisa data yang diPeroleh dari informan, maka ada kemungkinan kesalahan pada pengolahan data.
3. Keterbatasan sumber data dikarenakan terdapat kode etik Perusahaan yang harus dipatuhi
4. Penelitian ini hanya berlaku untuk populasi penelitian Internal Perusahaan dan stakeholder Perusahaan Jasamarga cabang palimanan-kanci.

Akibat dari beberapa faktor diatas maka penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis dengan senang hati menerima kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan dari bab 1 sampai bab 4 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam Perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

   a. AL-ADL

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

      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 al-Quran Surat Huud ayat 85.

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

b. AL-IHSAN

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

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.

c. MANFAAT

Konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteran masyarakat (internal maupun eksternal Perusahaan).

Pada dasarnya, Perbankan 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 Corporate Social Responsibility (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.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang Perlu diPerhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, Maupun dalam mengemudikan suatu Perusahaan.

Perusahaan yang menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR), harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari Perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah dalam Perusahaan 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

2. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti bahwa terdapat Persamaan implementasi CSR antara CSR dalam Perspektif Islam dan CSR PT. Jasamarga Cabang palimanan-kanci.

Menurut Muhammad Djakfar, Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam Perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu:

a. Adil

Penerapan prinsip keadilan PT. Jasamarga dalam penerapan kebijakan Corporate Social Responsibilty bidang lingkungan diterapkan dengan cara memberikan bantuan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. PT. Jasamarga telah berbagi kebaikan dalam bentuk materiil dan non-materiil kepada masyarakat tanpa membeda- bedakan status, suku, agama dan ras.

b. Ihsan

PT. Jasamarga dalam penerapan kebijakan Corporate Social Responsibilty bidang lingkungan belum sepenuhnya menerapkan prinsip ihsan secara sempurna, karena PT. Jasamarga masih mengharapkan sesuatu setelah memberikan bantuan atau di sebut juga dengan imbalan meskipun tidak berupa barang melainkan berupa Permintaan untuk dokumentasi PT. Jasamarga. Pemurnian niat penerapan kebijakan CSR yang merupakan kesadaran akan tanggungjawab sosial semata-mata menjalankan Perintah Allah SWT, dalam praktek masih ada kemungkinan tujuan ganda yaitu sambil promosi dan dengan sengaja memberitakan kepada khalayak bahwa

Perusahaan telah menjalankan CSR dan bisa mengarah pada Perilaku riya.

c. Manfaat

PT. Jasamarga dalam penerapan kebijakan Corporate Social Responsibilty bidang lingkungan telah memberikan banyak manfaat tidak hanya dari hasil produknya saja tetapi memberikan manfaat dari bantuan yang diberikan kepada masyarakat baik manfaat yang dirasakan langsung oleh penerima bantuan atau manfaat yang dirasakan masyarakat sekitar yang ikut serta merasakan hasil dari bantuan yang diberikan PT. Jasamarga

d. Amanah

PT. Jasamarga dalam penerapan kebijakan Corporate Social Responsibilty bidang lingkungan kurang bersifat amanah, karena kurang terbuka kepada masyarakat mengenai pelaporan hasil Corporate Social Responsibilty kepada masyarakat luas hanya terbatas di kalangan sendiri. Sehingga masyarakat tidak dapat mengetahui penerapan CSR PT. Jasamarga yang telah terlaksana dapat menggantikan dampak eksternalitas yang di tiMBUlkan dari hasil produk.

Kesesuian penerapan kebijakan Corporate Social Responsibility dengan indikator etika bisnis Islam adalah prinsip manfaat. Islam mengajarkan bahwa sebaik-baik manusia adalah yang memberi manfaat kepada orang lain. Perusahaan memberikan banyak manfaat kepada

masyarakat dalam penerapan kebijakan Corporate Social Responsibility baik manfaat jangka panjang maupun jangka pendek.

B. Saran

1. Bagi PT. Jasamarga (Persero) Tbk

PT. Jasamarga hendaknya memurnikan niat dalam penerapan kebijakan CSR sebagai bentuk konsekuensi dari dampak kegiatan Perusahaan atas dasar ridho Allah SWT. Senatiasa mengevaluasi setiap pelaksanaan CSR supaya kegiatan CSR tepat sasaran dan memberikan banyak manfaat kepada masyarakat. Program-program CSR diprioritaskan kepada golongan ekonomi lemah melalui program yang bersifat sustainable berbentuk *Community Development* tidak berbentuk charity yang hanya menimbulkan ketergantungan masyarakat kepada Perusahaan. Manajemen Perusahaan diharapkan lebih terbuka mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggungjawab sosial dan lingkungan Perusahaan dalam pelaporan tahunannya.

2. Bagi Peneliti

Selanjutnya Penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keter batasan, sehingga bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti topik yang sama dengan objek atau prinsip yang berbeda. Hasil dari penelitian selanjutnya dapat memberikan sumbangsih kepada Perusahaan lainnya untuk mempraktekkan konsep Corporate Social Responsibility sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.