

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan dapat mencapai pertumbuhan dan perkembangan yang sukses di dalam suatu komunitas hanya jika mendapatkan dukungan yang kuat dari masyarakat sekitarnya. Masyarakat berperan sebagai penyedia utama sumber daya manusia yang diperlukan oleh perusahaan, sekaligus sebagai konsumen produk dari perusahaan tersebut. Perusahaan tidak hanya mengedepankan tujuan keuntungan semata, melainkan juga mengakui pentingnya memperhatikan kepentingan masyarakat, memenuhi kebutuhan mereka, dan menjaga lingkungan. Menurut Elkington (1977) dalam Andreas Lako (2020) Untuk memastikan pertumbuhan berkelanjutan bagi bisnis korporasi, satu-satunya pilihan adalah mengintegrasikan pencapaian laba, kinerja sosial, dan kinerja lingkungan secara berkelanjutan. Pernyataan ini menggarisbawahi pentingnya perusahaan tidak hanya memprioritaskan profit, melainkan juga bertanggung jawab terhadap dampak aktivitas perusahaan pada lingkungan sosial dan kondisi lingkungan.

Pada awal mulanya aktifitas CSR di Indonesia masih rendah. Pelaksanaan CSR selama ini adalah suatu kegiatan sukarela dari korporasi. Prioritas utama bagi korporasi di Indonesia adalah keuntungan, bukan CSR. Namun seiring dengan berjalannya waktu, penerapan CSR di Indonesia semakin tinggi baik dalam hal kuantitas maupun kualitas. Selain keragaman

kegiatan dan pengelolaannya semakin bervariasi, dilihat dari kontribusi finansial, jumlahnya semakin besar. Penelitian PIRAC pada tahun 2017 menunjukkan bahwa dana CSR di Indonesia mencapai lebih dari Rp. 115 miliar atau sekitar \$11,5 juta dari 180 perusahaan yang dibelanjakan untuk 279 kegiatan sosial yang terekam oleh media massa (Nor, 2019).

Penerapan program tanggung jawab sosial akan memberikan dampak positif. Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) memberikan dampak positif tidak hanya terhadap operasional perusahaan namun juga keberlangsungan eksistensi perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Jika ada pihak tertentu yang menuding perusahaan melakukan praktik tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaannya. Praktik-praktik tidak pantas yang dimaksud adalah seperti membuang limbah sembarangan, hal ini tentu akan membuat masyarakat merasaterganggu dengan adanya limbah tersebut.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup sejumlah inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas masyarakat, melibatkan mereka secara langsung maupun tidak langsung, dan meskipun kontribusi sosial perusahaan mungkin relatif kecil, diharapkan akan memberikan dampak positif yang signifikan pada beragam bidang di masyarakat di seluruh dunia. Kegiatan CSR memegang peranan penting dalam upaya membangun citra dan reputasi perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dari konsumen dan mitra bisnis perusahaan.

Islam menerapkan prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam

semua aspek dan cakupannya, termasuk dalam hal jiwa dan fisik, individu dan keluarga, individu dan masyarakat, serta antara masyarakat yang berbeda. Tanggung jawab sosial mengacu pada kewajiban-kewajiban perusahaan untuk melindungi dan berkontribusi kepada masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Seorang pengusaha Muslim harus memiliki peran sebagai khalifah dan diharapkan dapat memelihara lingkungan alamnya. Kecenderungan mutakhir paham *environmentalisme* bisnis, dimana sebuah usaha secara proaktif memberi perhatian sangat cermat dalam memperhatikan lingkungan, sebenarnya bukan merupakan suatu yang baru. Sejumlah contoh semakin memperjelas betapa pentingnya hubungan Islam dengan lingkungan alam, perlakuan terhadap binatang, polusi lingkungan dan hak-hak kepemilikan, dan polusi lingkungan terhadap sumber-sumber alam “bebas” seperti misalnya udara dan air. Di samping wajib menjalankan kewajiban terhadap berbagai pemangku kepentingan dalam bisnisnya dan menjaga lingkungan sekitarnya, kaum muslim dan organisasi tempat mereka berkecimpung juga diharapkan untuk peduli terhadap kesejahteraan umum di masyarakat tempat mereka berada. Sebagai bagian dari komunitas, pengusaha Muslim juga diharapkan untuk memperhatikan kesejahteraan individu yang kurang mampu dan rentan. Bisnis muslim harus memberi perhatian kepada usaha-usaha amal dan mendukung berbagai tindakan kedermawanan (Nawatmi, 2010).

Dalam pandangan Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah manifestasi dari konsep ajaran ihsan yang mencerminkan tinggi etika.

Ihsan adalah tindakan berbuat baik yang bermanfaat bagi orang lain dengan tujuan meraih ridho Allah SWT. Selain itu, CSR juga berkaitan dengan prinsip kepemilikan dalam Islam, di mana Allah SWT adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*), sementara manusia hanya menjadi pemilik sementara (*temporer*) yang bertindak sebagai wakil atau penerima amanah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sejalan dengan pandangan Islam mengenai hubungan manusia dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, yang dapat didefinisikan melalui empat prinsip, yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*).

CSR juga sudah diatur pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Setelah itu tanggung jawab sosial perusahaan dicantumkan lagi dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) Ketentuan ini menegaskan bahwa perusahaan yang beroperasi di sektor sumber daya alam atau terkait wajib memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) dalam pasal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan kewajiban tersebut harus diakui sebagai biaya perusahaan dan harus dilakukan dengan itikad baik dan kewajaran. Selanjutnya, ayat (3) menyatakan bahwa perusahaan yang tidak

mematuhi kewajiban sebagaimana disebutkan dalam paragraf pertama akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Terakhir, paragraf keempat menyebutkan bahwa ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan akan diatur oleh Peraturan Pemerintah.

Pemerintah provinsi DIY juga mengatur tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan melalui peraturan daerah nomor 6 tahun 2016. Perusahaan diharapkan untuk memperhatikan prinsip-prinsip ketertiban, keadilan, dan kesejahteraan masyarakat, serta menjaga kelestarian lingkungan hidup dengan menghindari tindakan yang dapat merusaknya demi kesejahteraan bersama. Konsep Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TSLP) yang akan diatur dalam Peraturan Daerah di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta adalah suatu usaha terencana dan terukur untuk mengelola dan memanfaatkan berbagai potensi usaha di sektor perdagangan, industri, jasa, dan pariwisata budaya yang tengah berkembang pesat saat ini. Berbagai jenis dan bentuk perusahaan yang telah tumbuh di Daerah Istimewa Yogyakarta telah memberikan kontribusi dalam bentuk pembayaran pajak dan retribusi, serta memberikan lapangan kerja bagi penduduk setempat. Namun, sejalan dengan fenomena globalisasi, perusahaan juga diharapkan untuk mengemban tanggung jawab sosial dan lingkungan, dengan tujuan mengurangi dampak negatif yang mungkin timbul akibat kehadiran perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

PT Madubaru, sebagai salah satu perusahaan besar yang beroperasi di

Yogyakarta, memiliki beragam produk, termasuk gula dan ethanol. Meskipun menghadapi persaingan ketat dalam industri ini, PT Madubaru tetap mampu bertahan hingga saat ini. Keberhasilan ini bisa diatribusikan kepada penerapan prinsip *Good Corporate* yang konsisten. Dengan pendekatan tersebut, PT Madubaru terus melayani kebutuhan masyarakat terkait gula, bahkan di tengah krisis yang melanda. Salah satu tantangan utama yang dihadapi pabrik ini adalah kelangkaan bahan baku untuk pembuatan gula, yaitu tebu, padahal permintaan gula terus meningkat setiap hari. Penyebab utama masalah ini adalah penurunan pasokan tebu akibat cuaca kering atau serangan hama (Apriani, 2016).

PT Madubaru juga memahami pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian integral dari operasinya. Tujuan utama program CSR ini adalah untuk menciptakan harmoni antara perusahaan dan komunitas setempat. Dalam praktiknya, perusahaan ini menerapkan program CSR melalui inisiatif TJSL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan). TJSL adalah persyaratan undang-undang yang muncul karena aktivitas bisnis perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan alam dan masyarakat sekitarnya, seperti yang terjadi dalam kegiatan PT Madubaru. Aktivitas perusahaan bisa berdampak pada lingkungan dan kehidupan sosial di sekitarnya, termasuk polusi, diskriminasi, dan pengelolaan limbah produksi. Pengelolaan limbah produksi yang tidak tepat dapat merugikan lingkungan dan masyarakat setempat. Dalam situasi seperti ini, perusahaan merasa memiliki kewajiban moral untuk memberikan umpan

balik sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (Observasi, 24 februari 2022).

Pelaksanaan program CSR menjadi sangat menarik untuk diteliti karena untuk membuktikan juga bahwa perusahaan sudah taat terhadap aturan tersebut. CSR juga sangat penting untuk menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan respon masyarakat sekitar dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilakukan oleh PT. Madubaru PG-PS Madukismo, Yogyakarta?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan respon masyarakat sekitar dalam persepektif etika bisnis islam.

2. Manfaat penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat berupa pengetahuan tentang apa itu CSR dan memberikan masukan kepada perusahaan agar CSR yang diterapkan sesuai dengan keinginan masyarakat yaitu berdasarkan

perspektif etika bisnis islam (Studi Kasus PT. Madubaru PG-PS
Madukismo, Yogyakarta.