

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk dapat menghasilkan keuntungan secara optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan berusaha bagaimana mencari peluang untuk dapat melakukan sesuatu yang memberikan nilai tambah. Jika hal itu tidak dapat dikendalikan, kemungkinan akan muncul dampak-dampak negatif yang mana dapat menimbulkan kerugian bagi lingkungan dan masyarakat.

Hal ini dapat terjadi manakala perusahaan masih menjalankan prinsip kapitalis dalam setiap aktivitasnya, yaitu mencapai keuntungan maksimal dengan biaya seminimal mungkin dengan menghalalkan segala cara, sehingga akan berdampak negatif yang akan ditimbulkannya. Dampak negatif tersebut, seperti: polusi udara, polusi tanah, polusi air, keracunan, eksploitasi besar-besaran terhadap sumber daya alam, kesewenang-wenangan, dan lain sebagainya.

Dampak negatif yang akan muncul sangat besar dalam kehidupan masyarakat, maka masyarakat menginginkan agar dampak negatif ini dapat dikendalikan, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan dapat diminimalisir. Dari dampak negatif tersebut maka akan menimbulkan biaya-biaya sosial.

Bila dianalisa keberadaan perusahaan sebenarnya selain menimbulkan biaya-biaya sosial, juga dapat menimbulkan keuntungan

bagi sosial juga. Keuntungan sosial merupakan manfaat keberadaan perusahaan kepada masyarakat. Wujud keuntungan sosial perusahaan dapat diwujudkan dari beberapa kegiatan fisik maupun non fisik. Keuntungan sosial muncul sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility* atau CSR) kepada masyarakat.

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat yang mana pemilik perusahaan mempunyai tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungannya¹. Bagi perusahaan yang memiliki dasar bahwa tanggung jawab sosial adalah berdampak positif kepada pencitraan perusahaan, maka program tanggung jawab sosial merupakan salah satu sarana investasi bagi perusahaan untuk perkembangan perusahaan dan tidak lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan tersendiri.

Bagi perusahaan, tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan yang mana merupakan salah satu tujuan jangka panjang perusahaan. Dilain pihak masyarakat juga mempertanyakan apakah perusahaan yang berorientasi pada usaha guna memaksimalkan keuntungan-keuntungan ekonomi yang memiliki komitmen moral untuk menyalurkan sebagian keuntungannya untuk membangun masyarakat lokal.

¹ Obalola, Musa. (2008). *Beyond philanthropy: Corporate social responsibility in the Nigerian insurance industry*. Social Responsibility Journal, 4(4), 538–548.

Salah satu contoh perusahaan yang belum menerapkan prinsip CSR dan mengalami banyak kendala dalam operasionalnya adalah PT Caltex Pacific Indonesia di Propinsi Riau Sumatra, perusahaan asal Amerika Serikat mendapatkan tuntutan dari masyarakat pada November 2010, yakni tuntutan mendapatkan ganti rugi, pekerjaan dan pembagian keuntungan perusahaan. Caltex, yang merupakan perusahaan patungan antara Chevron Corp dan Texaco Inc., adalah produser terbesar minyak mentah di Indonesia. hal ini adalah salah satu tidak diterapkannya pertanggung jawaba sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar.²

Sedangkan perusahaan yang sudah menerapkan prinsip CSR namun dalam operasionalnya masih banyak kendala yakni PT Freeport merupakan contoh kegagalan program CSR. Sebab, kendati PT Freeport telah memasukkan program pengembangan masyarakat dalam kontraknya. Freeport sendiri sudah menyisihkan beberapa persen dari penerimaannya, sampai jutaan dolar per tahun untuk CSR. PT Freeport menganggap pembayaran itu hanya pemenuhan kewajiban saja. Meskipun perusahaan tambang asal Amerika Serikat (AS) itu mengeluarkan jutaan dolar untuk program CSR setiap tahunnya, tetapi keuntungan yang mereka peroleh jauh lebih besar sehingga program ini belum diprioritaskan.

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan PT Freeport belum sepenuhnya mengena pada sasaran. Artinya perusahaan belum benar-benar

² Anty Nudianti Imani, 2013, *pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap tingkat pengungkapan tanggungjawab perusahaan*, (jurnal edusentris UPI), diunduh pada 10 maret 2017 pukul 14.06.

memperhatikan kepentingan stakeholder seperti masyarakat Papua, belum memperhatikan keseimbangan lingkungan sekitarnya, dan terkesan hanya menjadikan pelaksanaan CSR untuk kepentingan kegiatan perusahaan.³

Hal ini muncul sebuah pertanyaan mengapa perusahaan yang tidak menerapkan CSR dan perusahaan yang sudah menerapkan prinsip CSR namun tetap memiliki kendala operasionalnya. CSR adalah kegiatan yang tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan dasar atau jiwa dari pelaksanaan sebuah unit usaha, sementara CSR merupakan manifestasinya. Oleh karena itu, sudah semestinya implementasi CSR diiringi dan dipandu oleh etika bisnis yang baik.

Islam memiliki pedoman yang lengkap untuk umatnya dalam menjalankan hidup, termasuk pedoman bagaimana sebuah bisnis dijalankan tanpa menjauhkannya dari etika, karena dalam Islam etika dan bisnis merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Islam sangat menyambut baik kegiatan CSR ini, pelaku ekonomi dalam Islam bertanggung jawab untuk memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitar. Kegiatan sosial perlu satu konsep dalam Islam, sehingga satu tujuan dengan tujuan ekonomi Islam itu sendiri.

Tanggung jawab sosial dalam Islam merupakan bagian dalam mencapai tujuan dari ekonomi Islam, yang mana sangat mengutamakan keadilan dalam setiap aktivitasnya. Islam juga mengatur muamalah manusia yang mana tidak terkecuali dalam pengaturan berbisnis dengan

³ Firmansyah, *Analisis Peranan Etika Bisnis Terhadap Corporate Sosial Responsibility (Csr) Pada Pt. Freeport Indonesia*, jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, diunduh pada 10 maret 2017 pukul 15.15.

mempertimbangkan nilai-nilai keseimbangan sehingga manusia tidaklah semena-mena dalam beraktifitas menindas sesamanya. Allah berfirman dalam beberapa ayat yang umum mengatur segala bentuk muamalah manusia antara lain:

Al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 11-12

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ ﴿١١﴾ أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ
الْمُفْسِدُونَ وَلَكِنْ لَا يَشْعُرُونَ ﴿١٢﴾

Artinya: *Dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi," mereka menjawab: "Sesungguhnya kami orang-orang yang mengadakan perbaikan". Ingatlah, sesungguhnya mereka itulah orang-orang yang membuat kerusakan, tetapi mereka tidak sadar* Artinya : *Dan bila dikatakan kepada mereka: "Janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi," mereka menjawab: "Sesungguhnya kami orang-orang yang mengadakan perbaikan". Ingatlah, sesungguhnya mereka itulah orang-orang yang membuat kerusakan, tetapi mereka tidak sadar.*⁴

Islamic CSR adalah tanggung jawab sosial yang perpedoman kepada praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial secara Islami, perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam dalam segala aktivitasnya yang ditandai oleh adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial dalam bisnisnya⁵. Dengan begitu, praktik bisnis dalam Islamic CSR mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam berbagai bentuknya. Meskipun tidak dibatasi terkait jumlah kepemilikan terhadap barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara memperolehnya serta

⁴ Penerjemah Zaini Dahlan, *Qur'an karim dan terjemahan artinya*, Yogyakarta: UII Press, 1999).

⁵ Wijono, Sutarto. *Psikologi Industri & Organisasi*. (Cetakan pertama. Jakarta: Kencana Prenad Media Group 2010). hlm 101.

pendayagunaan terhadap harta dibatasi oleh aturan halal dan haram sesuai dengan prinsip syariah yang mempertimbangan pada konsep *maqāṣid al-syari'ah* agar tidak menyalahi aturan Islamic CSR terutama yang berkaitan kepatuhan syari'ah.⁶

kegiatan ekonomi dan bisnis dalam Islam didasari oleh aksioma tauhid, keseimbangan, dan pertanggungjawaban. Aksioma ini harus diimplementasikan dalam seluruh aspek kegiatan ekonomi dan bisnis. Aksioma keseimbangan dan pertanggungjawaban misalnya akan membawa implikasi pada keseimbangan dan pertanggungjawaban antara jiwa dan raga, antara person dan keluarga, antara individu dan sosial, antara suatu masyarakat dan masyarakat lainnya.⁷ Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia serta strategis karena bukan sekedar diperbolehkan dalam Islam, melainkan juga diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an.⁸

Salah satu contoh bisnis yang menggunakan konsep spiritual company dalam menjalankan aktivitas bisnisnya adalah Spiritual Company Waroeng Group. Spiritual Company Waroeng Group muncul dan didirikan oleh Bapak Jodi Brotosuseno selaku pemilik perusahaan serta Ustad Yusuf Mansur sejak 2010 sebagai pembimbing Agama. Spiritual Company Waroeng Group dalam hal ini adalah hijrahnya konsep

⁶ M.B. Hendrie Anto dan Dwi Retno Astuti, *Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Kasus Pada Bank Syariah di DIY*, (Jurnal Sinergi FE UII: Kajian Bisnis dan Manajemen, Vol. 10 No.1. 2008).

⁷ Syeh Nawab Naqvy, , *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesa Islam*, (Bandung: Mizan 1996), hlm, 17.

⁸ Binhadi, "Pokok-pokok Pedoman GGBS dan Urgensi Kehadiran Pedoman GGBS", Presentasi pada Seminar Peluncuran Pedoman Umum Good Governance Bisnis Syariah, 3 November 2011

bisnis konvensional kepada konsep bisnis yang bertujuan kepada akhirat, moralitas, nurani, serta jangka panjang. Spiritual Company Waroeng Group sebagian besar bergerak di bidang kuliner seperti Waroeng Steak and Shake, Bebek Goreng H. Slamet, the penyeters, waroeng ayam kampung dan the icon untuk usaha yang lain seperti Soccer Futsal.

CSR yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group sudah banyak dilakukan, adapun aksi sosial yang dilakukannya seperti membantu korban paska erupsi gunung merapi 2010, membantu paska erupsi gunung sinabung, bantuan air bersih di gunung kidul, aksi donor darah, sunatan massal, aksi sedekah nasional, pengobatan gratis di desa binaan, pemakmuran masjid, peduli palestine, aksi hari bebas asap rokok, ini semua hasil dari infaq para pelanggan waroeng group dan dermawan waroeng peduli.⁹

Spiritual Company Waroeng Group telah memiliki lebih dari 75 outlet (gerai) yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Saat ini Spiritual Company Waroeng Group telah dapat memperkerjakan lebih dari 1.200 karyawan sebagai komitmen perusahaan untuk mendukung program Pemerintah dalam mengentaskan pengangguran serta mensejahterakan masyarakat.

Namun dalam hal ini banyak perusahaan yang melebelkan dirinya sesuai dengan prinsip syariah namun hanya digunakan sebagai *brand image*, dan tidak secara sungguh-sungguh menerapkan prinsip syariah

⁹<http://www.spiritual-company.com/>, padahari Jumat, tanggal 30 desember 2016, jam 14.33 WIB.

yang sesuai. Seperti halnya label halal dan iklan pangan tidak menjadikan sertifikasi dan labelisasi halal sebuah bentuk kewajiban bagi pelaku usaha, tetapi bersifat sukarela, maka sertifikasi kehalalan dan lebelisasi syariah dapat dikatakan belum mempunyai legitimasi hukum yang kuat.¹⁰

Maka dari itu jangan sampai lebel syariah hanya di jadikan *brand image* saja bagi sebagian individu maupun kelompok, namun kesyariahan itu harus di buktikan dengan amalan-amalam yang dilakukan dari berbagai elemen, maka dari itu perlu adanya penelitian lebih mendalam untuk melihat kembali bagaimana prinsip spiritual company ini dapat berjalan sesuai dengan kaidah syariah yang berlandaskan Maqashid al Syaiah.

Dari fenomena ini penulis sebagai *instrumen* utama pada penelitian ini merasa sangat penting untuk melakukan penelitian ini yang konsen di bidang pertanggungjawaban sosial perusahaan. Maka dari itu penulis memilih Spritual company waroeng group sebagai Instansi yang dapat diambil percontohan praktik Islamic CSRnya. Berdasarkan pemaparan singkat di atas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian lebih dalam tentang **“IMPLEMENTASI PENERAPAN ISLAMIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA SPIRITUAL COMPANY WAROENG GROUP PERSPEKTIF MAQASID AL-SYARIAH”**

¹⁰ Hasan sofyan, *Kepastian hukum sertifikasi dan lebelisasi halal produk pangan*, jurnal Simbur Cahaya FH Universitas Sriwijaya: diunduh pada tanggal 29 januari 2018 pukul 12.38.

B. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana Penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group untuk internal perusahaan dan eksternal perusahaan. Guna mendalami fokus tersebut penelitian ini akan menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih karena fenomena yang diamati perlu pengamatan terbuka, lebih mudah berhadapan dengan realitas, kedekatan emosional antara peneliti dengan responden sehingga didapatkan data yang mendalam.

Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kekhasan pengalaman seseorang ketika mengalami suatu fenomena tersebut dapat dibuka dan dipilih sehingga dicapai suatu pemahaman yang ada. Sedangkan strategi yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah fenomenologi dengan pendekatan normatif. Fenomonologi dipilih karena didalamnya peneliti mengidentifikasi tentang suatu fenomena tertentu, serta mengharuskan peneliti mengkaji subjek dengan terlibat langsung untuk mengembangkan pola dan relasi yang bermakna.

C. Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan penelitian yang dibahas dalam tesis ini adalah :

1. Bagaimana penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group?

2. Bagaimana manfaat *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group terhadap masyarakat dalam perspektif maqasid al-syariah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka terdapat beberapa tujuan yang dapat dicapai dari penelitian ini :

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mendiskripsikan Penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group.
- b. Untuk menganalisis manfaat *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group terhadap masyarakat dalam kerangka maqasid al-syariah

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi positif kepada para akademisi yang berkecukupan di bidang ekonomi Islam, khususnya penulis dalam memahami lebih jauh tentang polemik seputar penerapan ICSR di Indonesia. Penelitian ini juga memberikan pertimbangan-pertimbangan dalam upaya perbaikan penerapan ICSR khususnya pada bisnis Islam.

Selain daripada itu, meskipun tidak signifikan penelitian ini diharapkan membawa perkembangan terhadap dunia pengetahuan khususnya pada bidang ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan penelitian tentang ICSR pada Spiritual Company Waroeng Group perspektif Maqasid al Syariah masih langka, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan sekaligus rujukan dalam merumuskan penelitian-penelitian lanjutan tentang ICSR.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru terhadap masyarakat luas, khususnya cendekiawan muslim, dan pengusaha muslim sehingga paham dan memiliki frame berfikir yang sama tentang bagaimana penerapan ICSR perspektif maqasid al syari'ah. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat yang ingin menerapkan tanggung jawab sosial pada bisnisnya baik pada korporasi yang bergerak di sektor keuangan dan jasa.

c. Manfaat kebijakan

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam kebijakan Pemerintah, maupun elemen kemasyarakatan dalam strategi *Islamic Corporate Sosial Responsibility* di Indonesia dan khususnya wilayah Yogyakarta sendiri.

E. Sistematika Pembahasan

Sebagai upaya dalam menjaga keutuhan pembahasan ini agar terarah dan lebih sistematis, maka penulis membagi tulisan ini menjadi lima bagian:

Bab 1 adalah pendahuluan yang meliputi, *pertama*: latar belakang masalah, merupakan gambaran umum mengenai permasalahan seputar *Islamic Corporate Sosial Responsibility* Pada Spiritual Company Waroeng Group Perspektif Maqasid Al-Syariah sehingga dari permasalahan-permasalahan ini penulis mengangkat judul dan kemudian dilakukan penelitian. *Kedua*, fokus penelitian, merupakan pemusatan konsentrasi terhadap isi penelitian yang sedang dilakukan.

Fokus penetian ini digunakan untuk mempermudah dalam penelitian yang spesifikasi, agar penelitian fokus dan tidak meluas *Ketiga*, pertanyaan penelitian, pertanyaan penelitian ini merupakan spesifikasi permasalahan yang akan diteliti, pertanyaan penelitian diambil dari permasalahan-permasalahan yang telah diterangkan di latar belakang masalah. *Keempat*, tujuan dan manfaat penelitian, menerangkan tentang tujuan dari diadakannya penelitian ini dan manfaat yang akan didapat dari penelitian ini. *Kelima*, sistematika penulisan, merupakan tatanan penulisan upaya ini dilakukan agar tulisan ini bisa tertata dengan rapi serta memudahkan dan memberikan pemahaman bagi siapapun yang membacanya

Bab II kajian penelitian terdahulu dan kerangka teori, didalamnya menjelaskan tentang kajian terdahulu yang mana dijadikan sebagai rujukan dasar dan perbandingan dari penelitin yang akan diteliti oleh penulis. Dan dalam bab ini juga dijelaskan tentang kerangka teori yang menjadi acuan penelitian ini dimana

pembahasannya akan terfokus pada bagaimana konsep Islamic CSR dalam perspektif Maqasid Al Syariah. Teori-teori diambil dari buku-buku, jurnal, serta pendapat para ahli yang relevan dengan topik pembahasan.

Topik pembahasan pada bab II terdiri dari: *Pertama*, Tinjauan umum *Corporate Social Responsibility* dalam hal pengertian dan dasar hukumnya. *Kedua*, membahas mengenai *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam. *Ketiga*, lebih membahas kepada prinsip, kriteria dan instrumen *Islamic Corporate Social Responsibility*. *Keempat*, membahas terkait Spiritual Company. *Kelima*, terakhir membahas bagaimana implikasi Maqasid al syariah dalam CSR

Bab III yaitu metode penelitian yang digunakan untuk membahas tentang metode yang dipakai dalam penelitian ini dimana pada bab ini secara rinci akan menjelaskan mengenai metode yang akan digunakan untuk menganalisis serta digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang terdiri dari jenis penelitian dan pendekatan, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan teknik analisis data yang semuanya dapat mendukung kelancaran penulis dalam penulisan penelitian.

Bab IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini penulis akan menjelaskan hasil yang telah didapatkan dari melakukan penelitian terhadap penerapan Islamic CSR yang ada di Spritual Company Waroeng Group Yogyakarta, meliputi deskripsi wilayah atau letak geografis, sejarah berdiri dan perkembangannya, visi misi lembaga, program kerja dan kendala yang dihadapi. Selanjutnya pembahasan mengenai Bagaimana Penerapan *Islamic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Oleh Spiritual Company Waroeng Group

serta manfaat *Islamic Corporate Sosial Responsibility* yang dilakukan oleh Spiritual Company Waroeng Group terhadap masyarakat dalam kerangka Maqasid Al-Syariah. Selanjutnya pembahasan terkait hasil penelitian, pada bab ini memaparkan tentang gambaran-gambaran umum obyek penelitian dan menganalisis data yang ada dan digunakan dalam penelitian.

Bab V yaitu penutup yang berisi: kesimpulan dari pembahasan yang dilakukan dalam Bab IV serta saran-saran yang direkomendasikan peneliti untuk penerapan *Islamic corporate sosial responsibility* serta saran-saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya.