

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini tidak cukup bagi perusahaan hanya memfokuskan diri pada pertumbuhan ekonomi semata, akan tetapi dibutuhkan sebuah paradigma baru dibidang bisnis yaitu, pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan dan kesempatan generasi selanjutnya untuk memenuhinya. Generasi masa kini harus memanfaatkan seefisien mungkin sumber daya alam yang tersedia sesuai dengan kebutuhan yang optimal.

Seiring dengan peradaban modern eksistensi suatu perusahaan atau dunia usaha terus menjadi sorotan. Salah satu isu penting yang masih terus menjadi perhatian dunia usaha hingga saat ini adalah soal tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang selanjutnya dalam penulisan ini disingkat CSR. Sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, persoalan tanggung jawab sosial perusahaan mengalami rumusan konseptual yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang dialami oleh dunia usaha itu sendiri. Pada awalnya dan untuk waktu yang sangat panjang, dunia usaha barang kali tidak perlu atau tidak pernah berfikir mengenai tanggung jawab sosial (Yeni, 2013:1).

Maka sejalan dengan hal itu perlunya diterapkan nilai-nilai etika adalah sebagai aplikasi nilai-nilai moral di dalam kegiatan bisnis dalam perusahaan dengan memperhatikan kepentingan seluruh *stakeholders*. Nilai-nilai dasar

pembentuk bisnis diselaraskan dengan nilai-nilai anggota *stakeholders* dengan memperhatikan urgensi kepentingan dan hubungan kepentingan antar *stakeholders* dan dievaluasi menurut kepentingan tujuan bisnis perusahaan. Keseluruhan unsur *stakeholders* menjadi berkepentingan terhadap kinerja perusahaan, akselerasi demikian sangat penting menjadikan pencapaian standard kinerja perusahaan dalam etika bisnis membantu seluruh *stakeholders* (Magnis, 1985:2).

Sebagai bagian dari konfigurasi hubungan antara dunia bisnis dan masyarakat, persoalan tanggung jawab sosial perusahaan mengalami rumusan konseptual yang terus berubah, sejalan dengan perkembangan yang dialami oleh dunia usaha itu sendiri. Pada awalnya dan untuk waktu yang sangat panjang, dunia usaha barang kali tidak perlu atau tidak pernah berfikir mengenai tanggung jawab sosial. Hal ini karena proporsi teori klasik, sebagaimana dirumuskan oleh Adam Smith tugas korporasi diletakkan semata-mata mencari keuntungan, "*the only duty of the corporation is to make profit*". Motivasi utama setiap perusahaan atau industri atau bisnis adalah meningkatkan keuntungan. Secara perlahan ideologi "*the only duty of the corporation is to make profit*" yang dianut oleh korporasi telah berubah dengan munculnya kesadaran kolektif bahwa kontinuitas pertumbuhan dunia usaha tidak akan terjadi tanpa dukungan yang memadai dari *stakeholder* yang melingkupinya seperti, manajer, konsumen, buruh dan anggota masyarakat. Inti dari pandangan ini adalah bahwa dunia usaha tidak akan sejahtera jika *stakeholdernya* juga tidak sejahtera (Yeni, 2013:2).

Selain itu perusahaan sebagai subjek hukum sebaiknya juga menjadi makhluk sosial yang memperhatikan lingkungan sosialnya sehingga perusahaan itu tidak dirasakan sebagai sesuatu yang asing di lingkungannya. Hal ini sangat penting, terutama jika kita berbicara tentang perusahaan raksasa yang terkadang merupakan "negara dalam negara" karena besarnya. Banyak perusahaan raksasa yang justru berperilaku sebagai penguasa daerah dan mendikte pemerintah daerah. Satu dan lain hal karena pemerintahan daerah sangat bergantung pada perusahaan raksasa tersebut, baik itu pajak, retribusi, lapangan kerja, realisasi maupun pembangunan masyarakat (Manangar, 2015:7).

Kegiatan bisnis termasuk bisnis perusahaan tidak akan pernah terlepas dari ikatan akuntansi syariah. Akuntansi syariah adalah “konsep dimana nilai-nilai Al-Quran harus dijadikan prinsip dasar dalam aplikasi akuntansi”. CSR (Corporate Social Responsibility) dalam Islam bukanlah sesuatu yang baru, tanggung jawab sosial sangat sering disebutkan dalam Al-Qur’an. Seperti firman Allah Q.S. adz-Dzariyat ayat :19.

وَالْمَحْرُومِ لِلسَّائِلِ حَقُّ أَمْوَالِهِمْ وَفِي

Yang artinya: Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta.

Islam sangat menganjurkan kedermawanan social kepada orang-orang yang memerlukan pintu sedekah Allah berfirman dalam Q.S At-Tagabun ayat :16.

لِأَنْفُسِكُمْ خَيْرًا وَأَنْفِقُوا وَأَطِيعُوا وَأَسْمَعُوا اسْتَطَعْتُمْ مَا اللَّهُ فَاتَّقُوا

الْمُفْلِحُونَ هُمْ فَأُولَئِكَ نَفْسِهِ شَحَّ يُوقَ وَمَنْ

Artinya: Maka bertakwalah kamu kepada Allah menurut kesanggupanmu dan dengarlah serta taatlah; dan infakkanlah harta yang baik untuk dirimu. Dan barang-siapa dijaga dirinya dari kekikiran, mereka itulah orang-orang yang beruntung.

Maka dapat disimpulkan dari ayat diatas bahwa Ayat di atas menjelaskan tanggung jawab seorang muslim untuk menolong sesama melalui sumbangan, segala bentuk kekikiran adalah perbuatan yang sangat dibenci dalam Islam. Ayat ini pula menyatakan bahwa setiap transaksi dalam Islam, baik tunai maupun kredit, harus dilakukan proses pencatatan, atau dengan kata lain akuntansi. Hal ini dimaksudkan agar penjual maupun pembeli lebih mudah dalam mempertanggungjawabkannya. Alasan perusahaan khususnya dibidang perbankan melakukan pelaporan sosial adalah karena adanya perubahan paradigma pertanggung jawaban, dari manajemen ke pemilik saham menjadi manajemen kepada seluruh *stakeholder* dengan etika-etika untuk menilai sesuatu baik dan tidak baik akibat tindakan, menciptakan manfaat dibandingkan kerugian lebih kepada orang lain, kemampuan menciptakan kebahagiaan bagi orang lain.

CSR pada dasarnya memiliki tujuan yang sama yakni ingin menjalankan bisnis dengan lebih bermartabat, dengan konsekuensi akan mengurangi profit. Pengusaha seharusnya menjalankan bisnis tidak semata untuk profitability melainkan lebih dari itu, yakni *sustainability*. Merujuk pada UU No.40/2007 menyebutkan, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi

perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya. UU No 40/2007 juga menyebutkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Edwin Erwanda :2017).

Pada penelitian Hennigfeld (2006:40) menjelaskan bahwa motivasi perusahaan untuk mengikuti agenda CSR pada dasarnya dapat dibagi menjadi empat golongan berdasarkan pendorongnya. Motif yang pertama adalah faktor ekonomi, CSR mendukung profitabilitas jangka panjang. Selanjutnya ialah terdapat faktor managerial, CSR turut menyelesaikan masalah manajemen sehari-hari. Motif lainnya ialah karena faktor etis dengan alasan bahwa CSR adalah sesuatu yang secara moral sudah sepatutnya dilakukan. Motif terakhir adalah faktor politik yang berpandangan bahwa CSR adalah cara terbaik bagi perusahaan untuk dapat diterima sebagai masyarakat yang baik.

Sedangkan Wahyudi dan Azheri (2007) mengimplementasikan bentuk dari tanggung jawab sosial dapat digolongkan menjadi beberapa bagian. Pertama ialah pengelolaan lingkungan kerja secara baik, termasuk di dalamnya penyediaan lingkungan yang aman dan nyaman, system kompensasi yang layak dan perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat. Kedua mengenai kemitraan antara perusahaan dengan masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Di mana seluruh biaya yang dikeluarkan harus dianggap sebagai investasi yang akan menghasilkan keuntungan diantaranya citra positif yang diperoleh oleh perusahaan berdasarkan nilai-nilai etika yang harus tetap ada dalam menjalankan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan latar belakang diatas untuk mengurai bagaimana Implementasi tanggung jawab sosial dengan nilai-nilai etis dalam perusahaan maka peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai-Nilai Etis (Studi Pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu).

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat yang belum banyak diteliti secara lengkap, dapat mendeskripsikan bagaimana Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu).

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu akuntansi dan menjadi bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang tentu lebih mendalam, khususnya mengenai permasalahan dalam Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu).

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih terhadap penerapan praktik ilmu dan teori yang diperoleh dalam masa perkuliahan untuk memecahkan masalah sehingga memperoleh gambaran yang jelas dan sejauh mana tercapai keselarasan antara pengetahuan secara teoritis dan praktisnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran yang bermanfaat dalam meningkatkan kinerja perusahaan dalam menghadapi segala tantangan yang ada khususnya Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu).

3. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan mampu memperkaya hasanah bacaan.

1.4.3 Manfaat Kebijakan

Diharapkan dapat memberikan arahan kebijakan untuk pengembangan dan kemajuan perusahaan khususnya pada Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu).

1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Batasan masalah dilakukan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian ini tidak akan menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, peneliti membatasi penelitian ini pada Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis (Studi pada PT. Sumber Graha Sejahtera Kabupaten Luwu).

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian skripsi dibagi dalam lima bab dengan gambaran sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjadi alasan penulis dalam melakukan penelitian, Kemudian berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua merupakan landasan yang terdiri dari literature review dan kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang berisi desain penelitian, kehadiran peneliti, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik keabsahan dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat merupakan bab hasil dan pembahasan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab kelima merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan dikemukakan secara jelas serta berisi saran dari hasil penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori *Stakeholders*

Teori *Stakeholder* (*Stakeholder theory*) menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Studi yang pertama kali mengemukakan mengenai *stakeholder* adalah *Strategic Management: A Stakeholder Approach* oleh Freeman pada tahun 1984. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970, yang secara umum dikenal dengan *Stakeholder* teori artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori *Stakeholder* dimulai dengan asumsi bahwa nilai secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha (Waryanti, 2009).

Kelompok investor, karyawan, konsumen dan pemasok, dimana apabila kelompok tersebut tidak ada, maka perusahaan tidak dapat bertahan untuk going concern. Sedangkan, yang termasuk kedalam *Stakeholder* Sekunder yaitu

pemerintah dan komunitas. Kelompok *stakeholder* sekunder yaitu mereka yang mempengaruhi atau dipengaruhi perusahaan, akan tetapi mereka tidak berhubungan dengan transaksi perusahaan (Clarkson,1995). *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *stakeholder* manajerial sebagai kerangka teoritis yang mendasari prediksi hubungan beberapa faktor dengan suatu perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholdernya* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan para *stakeholder* serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai-nilai etis.

2.2 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat banyak pengertian mengenai *Corporate Social Responsibility* atau disebut juga tanggung jawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah komitmen dalam operasi bisnis untuk memastikan keberhasilan komersial dalam cara menghormati nilai-nilai etis, terhadap tanggung jawab sosial yang diimplementasikan bentuk kepedulian

sosial terhadap karyawan, nasabah, maupun kepada masyarakat secara luas. Untuk selanjutnya dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* diungkap dengan istilah CSR (Hasnawati, 2019:9).

Tanggung jawab moral usaha tentu bisa diarahkan kepada banyak hal; kepada dirinya sendiri, kepada karyawan, kepada perusahaan lain, dan seterusnya. Menurut bahasa *Corporate Social Responsibility* (CSR) 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 yang sama.

Adapun menurut Irham Fahmi (2017) *Corporate Social Responsibility* (CSR) diartikan sebagai “kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang berperan dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Kewajiban tersebut dan pada bentuk perhatian perusahaan pada masyarakat sekeliling maupun tanggung jawab pada pemerintah dalam bentuk membayar pajak secara jujur dan tepat waktu.”

Memahami pendapat diatas, dapat dikemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi dan sosial.

2.1.1 Dasar *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan stakeholders, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham. Konsep CSR juga dilandasi oleh argumentasi moral. Artinya CSR bukan saja upaya menunjukkan kepedulian sebuah organisasi pada persoalan sosial dan lingkungan, namun juga dapat menjadi pendukung terwujudnya pembangunan yang berkesinambungan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan perlindungan lingkungan hidup (T. Romi Marnelly, 2012:52).

Dalam sudut pandang etika, dunia usaha tidak dapat melepaskan dirinya dari kewajiban sosial kepada masyarakat, dengan hanya berorientasi kepada keuntungan semata. Sedangkan dari sudut pandang hukum, dunia usaha tidak terlepas dari aturan yang ditetapkan pemerintah selaku regulator.

Landasan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipahami dari berbagai ketentuan, baik Undang-Undang, maupun Peraturan Perundang-Undangan sebagai berikut:

a. Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UUPT”) serta Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas (“PP 47/2012”). Menurut Pasal 1 ayat 3 UUPT, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna

meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

b. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal Pasal yang menyatakan: Setiap penanaman modal berkewajiban:

- 1) Menerapkan prinsip tatakelola perusahaan yang baik.
- 2) Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.
- 3) Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal.
- 4) Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal.
- 5) Mematuhi semua ketentuan Perundang-Undangan.

Mengacu pada ketentuan diatas, kegiatan penanaman modal yang berkaitan dengan kepentingan publik, terkait dengan kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*) dan harus memperhatikan budaya dan sistem nilai yang berkembang di masyarakat. Dalam konteks tersebut, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha, harus memperhatikan norm agama yang berkembang oleh masyarakat sekitarnya.

c. Adapun menurut UU No 21 Tahun 2008 Tentang Perusahaan, bentuk badan hukum perusahaan adalah perseroan terbatas (pasal 7). Oleh karena itu, pelaksanaan CSR di pada perusahaan memiliki dasar hukum yang kuat, karena tunduk pada undang-undang perusahaan. Selain itu, pada pasal 4 ayat (2) UU No. 21 Tahun 2008 tentang perusahaan, disebutkan bahwa setiap perusahaan dan

UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul maal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Dalam undang-undang ini, sangat jelas diterangkan bahwa bank syariah diberi amanah menjalankan fungsi sosial yang pada akhirnya harus melaksanakan CSR. Kehadiran UU perusahaan ini memiliki dampak yang luas. Tidak hanya dilihat dari sektor makro, melainkan juga sektor mikro, bahkan penduduk miskin pun memiliki keterkaitan dengan kehadiran UU ini.

d. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas pasal 2 yang menyatakan “Setiap Perseroan Terbatas selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan”.

Setiap Perseroan untuk wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.

Berdasarkan ketentuan dalam pasal diatas, setiap perseroan memiliki tanggung jawab moral untuk menjalankan operasional perusahaan dengan memperhatikan nilai-nilai dan norma masyarakat di sekitarnya. Pengelolaan dana sosial, yang diperoleh dari zakat, infak, dan sedekah serta dana sosial yang berasal dari penerimaan operasi (qardh) seperti yang di jelaskan dalam UU No. 21 Tahun 2008 Tentang perusahaan, menjadi sangat potensial apabila dikelola

dengan baik. Meskipun sifatnya sosial, pengelolaannya harus tetap profesional. Orientasi perusahaan terhadap laba, hendaknya diimbangi dengan kepedulian sosial dan kontribusi perusahaan dalam membangun masyarakat sesuai dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, UU No. 21 Tahun 2008 tentang perusahaan, dan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang tanggung jawab sosial dan Lingkungan perseroan terbatas.

2.2.2 Dimensi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Totok Mardikanto (2014) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki tiga dimensi, yaitu “dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan.” Dimensi tanggung jawab *Corporate Social Responsibility* (CSR) tersebut diuraikan sebagai berikut:

1) Dimensi Ekonomi

Tujuan utama pendirian perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan dan keberlanjutan usaha. Dalam CSR komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi disertai dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

“Pemahaman terhadap dimensi ekonomi CSR meliputi: tata kelola perusahaan, perlindungan konsumen, dan etika investasi.” Perusahaan harus dikelola dengan baik untuk memberikan keuntungan ekonomi kepada investor dan karyawan. Disisi lain perusahaan juga memiliki kewajiban kepada konsumen

agar produk dan jasa yang dijanjikan kepada konsumen, dan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan pemerintah (Yusuf, 2010:100).

Keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan semata untuk warga bisnis itu sendiri telah terbangun kontrak sosial kontrol sosial sebagai kesepakatan implisit yang memberikan legitimasi sosial oleh masyarakat atas kehadiran korporasi, dan sebaiknya manfaat ekonomi yang dihasilkan bisnis harus berdistribusi kepada masyarakat.

2) Dimensi Lingkungan

Dimensi lingkungan yang bertanggung jawab sosial didefinisikan sebagai kewajiban perusahaan terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan dari operasi dan produksi, menghilangkan emisi dan limbah.

Perusahaan dalam operasionalnya tidak dapat dipisahkan dari lingkungan, baik dalam konteks lingkungan sebagai sumber daya penyedia bahan baku, maupun dalam konteks lingkungan sebagai objek yang terkena dampak dari kegiatan ekonomi perusahaan.

Dalam hal ini, perusahaan memiliki kewajiban untuk menjaga dan melestarikan lingkungan, melalui program yang berkaitan langsung dengan masalah yang dihadapi masyarakat sekitar perusahaan. Dimensi lingkungan dalam CSR sejalan dengan perspektif Al-Qur'an yang menyebutkan kerusakan akibat perbuatan manusia, sebagaimana disebutkan dalam surah Ar-rum ayat 41. sebagai berikut:

لِيُذِيقَهُمُ النَّاسِ آيَاتِي كَسَبَتْ بِمَا وَالْبَحْرِ الْبَرِّ فِي الْفَسَادِ ظَهَرَ
يَرْجِعُونَ لَعَلَّهُمْ عَمِلُوا الَّذِي بَعْضَ

Artinya: Telah tampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan karena perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar).

Berdasarkan ayat diatas, perusahaan secara etis bertanggung jawab dalam pemeliharaan lingkungan, menjaga ketersediaan sumber daya alam bagi generasi berikutnya. Perusahaan dalam konteks tanggung jawab terhadap lingkungan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Mengurangi emisi. Kegiatan operasi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menghasilkan emisi langsung dan tidak langsung di atmosfer, dan emisi tersebut dihasilkan dari penggunaan produk perusahaan atau jkdari kebiasaan pembelian dan konsumsi listrik. Emisi tersebut dapat dapat mencakup berbagai polutan sebagai timbal, merkuri, senyawa organik berupa sulfur dioksida, nitrat dioksida, dan bahan lain yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan dan efek pada kesehatan manusia.
- 2) Mengurangi limbah. Perusahaan yang kegiatan usahanya menghasilkan limbah cair dan padat harus tergantung pada program-program untuk mengurangi limbah tersebut. Program-program ini harus didasaran pada pengurangan sumber pemanfaatan kembali daur ulang pengolahan limbah dan pembuangan.

3) Efektif menggunakan energi. Perusahaan listrik mengkonsumsi dalam menjalankan operasi mereka dan jasa. Program yang fokus pada konsumsi daya yang efektif dapat mengurangi permintaan atau listrik di gedung-gedung didaerah, seperti pemanasan, pendinginan, keringanan penggunaan bahan bakar yang efektif dan ketergantungan pada sumber bahan bakar alternatif.

4) Pelestarian air bersih. yang seringkali dianggap sebagai kekayaan global. Menyediakan air minum murni dianggap sebagai kebutuhan dasar kemanusiaan dan terdaftar sebagai salah satu dari hak-hak utama individu. Memahami kutipan diatas, dapat dikemukakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dibidang lingkungan dapat diwujudkan dalam bentuk mengurangi emisi hasil operasional perusahaan, mengurangi dampak limbah yang berbahaya bagi masyarakat, menggunakan energi secara efektif, dan pelestarian air bersih.

3) Dimensi Sosial

Perusahaan bukan hanya bertanggung jawab dalam memperoleh dan mempertahankan keuntungan, tetapi bertanggung jawab pula terhadap tertib hukum dan etika masyarakat. “Tanggung jawab sosial berarti menjalankan sebuah bisnis yang memenuhi atau melampaui harapan etis dan legal yang dimiliki masyarakat terhadap bisnis itu”.

Menurut suharyadi dan Arissetyanto Nugroho (2007), beberapa bentuk pertanggungjawaban soaial dapat dirumuskan sebagai berikut:

1) Tanggung jawab terhadap lingkungan, dimana wirausahaan harus selalu menjaga kelestarian lingkungan.

- 2) Tanggung jawab terhadap karyawan dengan selalu mendengarkan usulan dan pendapat karyawan. Mereka memberikan imbalan yang sesuai dan diberikan kepercayaan yang penuh.
- 3) Tanggung jawab terhadap pelanggan antara lain menyediakan barang dan jasa yang berkualitas, memberikan harga yang wajar melindungi hak konsumen.
- 4) Tanggung jawab terhadap investor dengan kesanggupan mengembalikan investasi yang cukup menarik seperti memaksimalkan keuntungan dan melaporkan kinerja keuangan yang wajar.
- 5) Tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar seperti menyediakan atau membuka lapangan kerja dan menjaga situasi lingkungan yang sehat disekitar perusahaan tersebut.

Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut diwujudkan dalam bentuk kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat, karyawan, dan investornya. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami, implementasi CSR berarti perusahaan memastikan keberhasilan komersial dalam cara-cara yang menghormati nilai-nilai etis dan menghormati orang masyarakat dan lingkungan.

Implementasi CSR menurut (Mardikanto Totok, 2014; 27) dinilai dari inti dari dimensi sosial sebenarnya adalah *respect for people* atau menghargai orang lain. Dimensi sosial meliputi antara lain:

- 1) *Labour Practices*, indikator ini berbicara banyak mengenai pekerja dalam perusahaan. Misalnya saja, perusahaan dituntut untuk menjaga keselamatan pekerjanya, memperlakukannya secara adil, menghargai pekerjanya sebagai satu individu, melakukan pembagian hasil keuntungan perusahaan, dan masih banyak

lagi hal-hal yang bisa dilakukan perusahaan, dan masih banyak lagi hal-hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk kesejahteraan pekerjanya.

2) *Social Activities*, mengemukakan bahwa kegiatan-kegiatan sosial sudah mulai banyak dilakukan oleh perusahaan karena memang kegiatan-kegiatan ini memberikan dampak yang sangat signifikan.

Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan sebagai badan usaha yang memperoleh keuntungan dari masyarakat yang harus memperhatikan hubungan baik dengan masyarakat sekitar, dan masyarakat umum lainnya, yang mengacu kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi satu tujuan sosial, dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis.

Jadi, perusahaan tidak hanya mempunyai kinerja ekonomis, tetapi juga kinerja sosial. Implementasi *Corporate social responsibility* (CSR) memiliki tujuan dan manfaat yang akan diterima bagi perusahaan sebagai berikut:

- (a) Mempertahankan dan merenungkan reputasi serta citra perusahaan mereka.
- (b) Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
- (c) Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- (d) Melebarkan aksesoris berdaya bagi operasional usaha.
- (e) Membuka peluang pasar yang lebih luas.
- (f) Mereduksi biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
- (g) Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
- (h) Memperbaiki hubungan dengan regulator.
- (i) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

Mencermati pendapat diatas, salah satu tujuan CSR adalah membangun reputasi dan citra positif perusahaan dalam pandangan masyarakat. Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) juga bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hubungan antara perusahaan dengan masyarakat selaku *stakeholder* dan dengan pemerintah selaku regulator. Dengan adanya CSR perusahaan dapat berkontribusi dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi masyarakat, baik dibidang keagamaan, sosial, ekonomi, maupun budaya. Kontribusi tersebut pada gilirannya akan membuka peluang lebih luas kepada perusahaan untuk memasarkan produknya kepada masyarakat sekaligus meningkatkan produktivitas karyawan (Patricia J. Person, 2017:149).

2.2.3 Konsep dan Karakteristik Pengungkapan CSR Menurut *Syariah Enterprise Theory*

Syariah enterprise theory mengajukan beberapa konsep terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Konsep-konsep tersebut, dijelaskan Meutia (2011) adalah:

1) Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan bentuk akuntabilitas manusia terhadap Allah dan karenanya ditujukan untuk mendapatkan ridho (legitimasi) dari Allah sebagai tujuan utama.

Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memiliki tujuan sebagai sarana pemberian informasi kepada seluruh *stakeholders* (*direct, indirect*, dan alam)

mengenai seberapa jauh telah memenuhi kewajiban terhadap seluruh *stakeholders*.

- 2) Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah wajib (*mandatory*), dipandang dari fungsi syariah sebagai salah satu instrumen untuk mewujudkan tujuan syariah.
- 3) Pengungkapan tanggung jawab sosial harus memuat dimensi material maupun spriritual berkaitan dengan kepentingan para *stakeholders*.
- 4) Pengungkapan tanggung jawab sosial harus berisikan tidak hanya informasi yang bersifat kualitatif, tetapi juga informasi yang bersifat kuantitatif.

Syariah enterprise theory mengajukan beberapa karakteristik terkait tema dan item yang diungkapkan dalam laporan tanggung jawab sosial perusahaan perbankan syariah. Karakteristik-karakteristik ini, adalah:

- 1) Menunjukkan upaya memenuhi akuntabilitas vertical terhadap Allah swt dan akuntabilitas horizontal terhadap *direct stakeholders*, *indirect stakeholders*, dan alam.
- 2) Menunjukkan upaya memenuhi kebutuhan material dan spiritual seluruh *stakeholders*, sebagai bagian dari upaya untuk memenuhi konsep keseimbangan.
- 3) Mengungkapkan informasi kualitatif dan kuantitatif sebagai upaya untuk memberikan informasi yang lengkap dan menyeluruh.

2.2.4 Item Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Syariah enterprise theory dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama oleh perbankan syariah. Dimensi-dimensi tersebut, adalah akuntabilitas vertikal dan akuntabilitas horizontal. Akuntabilitas vertikal ini,

ditujukan hanya kepada Allah. Beberapa contoh item yang bertujuan menunjukkan akuntabilitas vertikal kepada Allah menurut syariah *enterprise theory* adalah adanya opini Dewan Pengawas Syariah dan adanya pengungkapan mengenai fatwa dan aspek operasional yang dipatuhi dan tidak dipatuhi beserta alasannya. Sedangkan akuntabilitas horizontal, ditujukan kepada tiga pihak, yaitu *direct stakeholders*, *indirect stakeholders*, dan alam. Pihak-pihak yang disebut *direct stakeholders* menurut syariah *enterprise theory* adalah nasabah dan karyawan. Sedangkan pihak yang termasuk *indirect stakeholders* menurut syariah *enterprise theory* adalah komunitas (Meutia, 2011:243).

Beberapa item yang menunjukkan akuntabilitas kepada *indirect stakeholders*, dalam hal ini komunitas, berdasarkan syariah *enterprise theory*. Item tersebut antara lain adanya pengungkapan tentang inisiatif untuk meningkatkan akses masyarakat luas atas jasa keuangan, kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan isu-isu diskriminasi dan HAM, kebijakan pembiayaan yang mempertimbangkan kepentingan masyarakat banyak, dan kontribusi yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat di bidang agama, pendidikan, dan kesehatan (J Wiwoho, 2007:52).

2.3 Konsep Nilai-Nilai Etis

Secara etimologi, istilah etika berasal dari bahasa Yunani *ethos*, dalam kamus Yunani *ethos* dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berfikir, dalam bentuk jamak *ta etha* artinya adalah adat kebiasaan. Istilah lain yang identik dengan etika, yaitu *usila* (Sanskerta), lebih

menunjukkan kepada dasardasar, prinsip, aturan hidup (sila) yang lebih baik (su). Istilah selanjutnya adalah Akhlak (Arab), berarti moral, dan etika berarti ilmu akhlak. Etika adalah sebuah cabang dari filsafat dan berkaitan dengan studi prinsip-prinsip moral dan tindakan moral.

“Etika atau ethics mempertimbangkan dan memperhatikan tingkah laku manusia dalam pengambilan moral” (Labolo 2016:19). Pendapat tersebut menjelaskan bahwa etika menitikberatkan pada tingkah laku manusia dalam menerapkan nilai moralitas pada kehidupannya. Menurut kamus Bahasa Indonesia bahwa etika merupakan ilmu tentang baik buruk serta tentang hak dan kewajiban moral. Perilaku yang baik mengandung nilai-nilai keutamaan, dimana nilai-nilai keutamaan yang berhubungan erat dengan hakikat dan kodrat manusia. Menurut Magis Suseno (dalam Labolo, 2016:11) etika berkaitan dengan moral dimana moral berkaitan dengan ajaran-ajaran wejangan, kotbah-kotbah, patokan-patokan, kumpulan peraturan dan ketetapan baik tulisan maupun lisan, tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar ia bisa menjadi manusia yang baik.

Berbagai konsep tentang etika, dapat diklasifikasikan 3 jenis konsep menurut (Zubair 2010:17) yaitu:

- a. Menekan pada aspek historic: Dimana etika dipandang sebagai cabang filsafat yang membicarakan masalah baik buruknya perilaku manusia.
- b. Menerangkan secara Deskriptif : Dimana etika dipandang sebagai ilmu pengetahuan mengenai masalah baik buruknya perilaku manusia dalam kehidupan manusia bersama. Konsep demikian tidak melihat kenyataan bahwa

ada keanekaragaman norma karena adanya ketidaksamaan waktu dan tempat, akhirnya etika menjadi ilmu yang deskriptif dan lebih bersifat sosiologik.

c. Menekankan pada sifat dasar etika sebagai ilmu yang nomatif dan bercorak kefilosofatan; dimana etika dipandang sebagai ilmu pengetahuan yang bersifat normative, evaluatif yang hanya memberikan nilai baik buruk terhadap perilaku manusia. Dalam hal ini tidak perlu menunjukkan adanya fakta, cukup memberikan informasi, menganjurkan dan merefleksikan. Atas dasar konsep terakhir ini etika digolongkan sebagai pembicaraan yang bersifat informatif direksif dan refleksif.

Berkaitan dengan definisi diatas, etika digunakan sebagai pegangan oleh manusia dalam mengatur tingkah laku dengan pedoman dan arti dari nilai-nilai dan norma-norma moral dalam hidup manusia perseorangan atau dalam kehidupan bermasyarakat. Etika digunakan dalam makna atas sekumpulan asas dan nilai moral yang disebut dengan kode etik yang mempunyai esensi tentang hal yang baik dan buruk yang berkenaan dengan filsafat moral.

2.3.1 Prinsip Nilai-Nilai Etis

Suraida (2005) menjelaskan bahwa prinsip kode etik perusahaan dalam bermasyarakat sebagai berikut :

1. Tanggung Jawab Profesional Dalam melaksanakan tanggung jawabnya sebagai profesional, anggota harus melaksanakan pertimbangan profesional dan moral dalam seluruh keluarga.
2. Kepentingan Publik Anggota harus menerima kewajiban untuk bertindak dalam suatu cara yang akan melayani kepentingan publik, menghormati

kepercayaan publik, dan menunjukkan komitmen pada profesionalisme.

3. Integritas Untuk mempertahankan dan memperluas keyakinan publik, anggota harus melaksanakan seluruh tanggung jawab profesional dengan perasaan integritas tinggi.

4. Objektivitas Anggota harus mempertahankan objektivitas dan bebas dari konflik penugasan dalam pelaksanaan tanggung jawab profesional.

5. Kompetensi dan Kehati-hatian Profesional Agar dapat memberikan layanan yang berkualitas, professional harus memiliki dan mempertahankan kompetensi dan ketekunan.

6. Kerahasiaan Professional harus mampu menjaga kerahasiaan atas informasi yang diperolehnya dalam melakukan tugas, walaupun keseluruhan proses mungkin harus dilakukan secara terbuka dan transparansi.

7. Perilaku Professional Profesional harus melakukan tugas sesuai dengan yang berlaku, yang meliputi standar teknis dan profesional yang relevan.

8. Standar Teknis Harus melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar teknis dan standar profesional yang telah ditetapkan yaitu : tanggung jawab profesi, kepentingan publik, integritas, objektivitas, kompetensi dan kehati-hatian professional, kerahasiaan, perilaku profesional dan standar teknis bermasyarakat.

Kesadaran Moral, dasar Etika Bermasyarakat Secara langsung atau tidak langsung, moralitas dan etika hanya bisa berlaku secara sempurna di dalam kehidupan bermasyarakat. Orang yang hidup dengan mengisolir diri di tengah hutan, seolah-olah tidak memerlukan moral dan etika. Tetapi ketika mulai memanfaatkan sumber daya hutan, apalagi jika cara pemanfaatannya cenderung

merusak, maka perilakunya sudah masuk ke dalam lingkup moral dan etika. Hal itu karena kelangsungan hidup dan kehidupan pada umumnya, termasuk kehidupan bermasyarakat, mutlak bergantung pada keberadaan hutan. Karena sifatnya universal, maka pemikiran kritis tentang moral dan etika lebih menyoal pada masalah kesadaran moral, yang berkedudukan pada awal dari seluruh kegiatan hidup. Sadar akan asal-mula dan tujuan kehidupan, maka manusia sadar tentang apa yang perlu dilakukan dalam menjalani kehidupannya (Miller, 2007).

Atas kesadaran moralnya, seseorang terdorong untuk melakukan perbuatan yang baik dan bernilai guna bagi kelangsungan dan tujuan hidup. Selanjutnya, agar kehidupan berlangsung hingga tujuan akhir, maka manusia harus mampu menyediakan segala kebutuhan hidup. Sadar atas segala kekurangan dan keterbatasannya, seseorang lalu menjalin hubungan dengan orang lain sesamanya. Adapun tujuannya tidak lain adalah agar mereka bisa saling menutupi kekurangannya, dengan cara mengikat diri dalam kebersamaan menurut sistem tertentu yang telah mereka sepakati, sehingga terbentuk suatu kebersamaan di dalam sebuah organisasi sosial kemasyarakatan. Atas kesadaran moralnya itu, setiap orang terdorong untuk membangun potensi diri menjadi lebih otonom dan kreatif, agar kualitas kerja sama menjadi semakin kuat. Jika dorongan itu berkembang, maka otomatis dinamika kehidupan sosial ke arah kemajuan hidup berkembang pula.

Shweder (2000) menjelaskan bahwa kesadaran moral dan etika juga berfungsi sebagai pengendali perilaku, sedemikian rupa sehingga seseorang mampu berperilaku jujur menurut moralitas bersyukur (ketika memperoleh

sesuatu), bersabar (ketika mendapat ujian hidup) dan berikhlas (ketika harus kehilangan). Sesungguhnya, kesadaran moral itu selalu ada di dalam diri setiap orang. Hanya saja sering kali terhalang oleh nafsu negatif yang mendorong suatu perbuatan dilakukan. Nafsu adalah baik, tetapi ketika tidak terkontrol oleh akal dan tanpa pertimbangan rasa, maka lalu berubah menjadi kejahatan. Kepada para penjahat, koruptor dan kawan-kawannya sekalipun, jika ditanya “mengapa melakukan kejahatan korupsi?”. Maka atas kesadaran moralnya, jawaban mereka pasti juga tidak bisa menyetujui perbuatannya itu, seluruh proses itu, kemudian membentuk suatu kepribadian bermoral dan beretika di dalam hidup bermasyarakat.

Van Peursen (1990), filsuf Belanda yang sangat tertarik pada persoalan kebudayaan menunjuk “kualitas pribadi” sebagai kunci dari daya dorong hidup. Antara lain dianjurkan: “setiap pribadi harus beraksi terhadap realitas, situasi nyata dan terhadap tantangan -tantangan yang ada. Di samping itu, setiap pribadi harus bersifat kreatif dalam segala keputusannya, dengan bersikap menyesuaikan diri dalam perubahan kehidupannya maupun terhadap tuntutan yang berubah-ubah dari suatu periode baru dalam sejarah atau dalam kebudayaan yang berbeda”. Dari anjurannya itu, Van Peursen menunjuk potensi kreatif sebagai ciri penting kepribadian manusia. Dengan daya kreatif, seseorang mampu bersikap arif dalam bereaksi terhadap realitas kehidupan yang sarat perubahan. Kreativitas rupanya dinilai sebagai daya dalam memahami sesuatu apa sebenarnya yang menjadi tuntutan perubahan.

Sedangkan menurut Franz Magnis Suseno (1991). Pada dasarnya, sebagai komponen kesadaran moral bermasyarakat, daya kreativitas ada secara menginti di dalam tujuan hidup, dorongan hidup dan kecakapan hidup. Artinya, untuk mencapai tujuan hidup, maka harus ada kreativitas yaitu suatu kecakapan dan ketrampilan dalam membuat perubahan. Setiap perubahan berfungsi sebagai dorongan ke arah tujuan hidup. Pada hakikatnya, kreativitas selalu cenderung mencipta perubahan untuk kemajuan, karena itu pula mengandung nilai. Secara keseluruhan, sistem nilai adalah suasana moralitas manusia yang harus dipertanggung - jawabkan secara etis di sepanjang kehidupan.

Dengan demikian bahwa etika merupakan suatu tindakan yang dianggap benar tentang hak dan kewajiban moral. Perusahaan adalah salah satu professional yang harus menaati etika profesinya terkait dengan menyangkut kepentingan masyarakat luas. Dan tanggung jawab perusahaan merupakan konsep yang dihadirkan mampu menyelesaikan permasalahan serta konflik kepentingan antar berbagai elemen perusahaan lebih terarah bagi kepentingan masyarakat sehingga mampu berkontribusi terhadap kinerja yang lebih tinggi.

Sehingga kesadaran moral memiliki kekuatan memposisikan dan memfungsikan segala potensi individual untuk "*social eforcement*", sedangkan masyarakat difungsikan sebagai sistem proses mencapai kesejahteraan umum. Oleh karena itu tidak perlu lagi terjadi saling menyudutkan antara paham individualisme dan kolektivisme. Justru dengan kesadaran moral, kebebasan dan kreativitas individual mendapat saluran yang tepat, dan sebaliknya kolektivisme bisa mendapatkan jati dirinya di dalam kehidupan bermasyarakat.

2.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Pencarian dari peneliti terdahulu dilakukan sebagai upaya menjelaskan tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan sebelumnya.

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	<p>Manangar Julianto Panjaitan (2016).</p> <p>Penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening dan Moderating”.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara secara deskriptif.</p>	<p>Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Implikasi hasil dari penelitian ini dapat ditunjukkan untuk manajerial dan kebijakan sebagai berikut: (1) Implikasi Manajerial Perusahaan diharapkan lebih memperhatikan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bentuk jaminan bagi <i>stakeholders</i>. (2) Kebijakan bagi Pengambil Keputusan Bagi investor dan kreditur, diharapkan lebih mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang diberikan perusahaan.</p>

2.	<p>Ainun Fathimah Anam (2019). Penelitian skripsi yang berjudul “<i>Corporate Social Responsibility</i> Perspektif Hukum Islam”.</p>	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara langsung pada subjek penelitian.	Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Perusahaan sebelum melakukan apapun, mereka tidak lupa untuk memikirkan dampak positif dan negatifnya. Sehingga jiwa-jiwa masyarakat yang ada di sekitarnya tidak merasa dirugikan pada saat perusahaan tersebut melakukan penyaluran dana CSR tersebut.
3.	<p>Hendrartijanto (2018). Penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pt Inco Tbk Berdasarkan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Citra Perusahaan”</p>	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara.	Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Program kegiatan tanggung jawab sosial oleh perusahaan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi program CSR oleh PT. Inco Tbk terhadap tingkat kepuasan masyarakat setempat, citra perusahaan, pengaruh dan implementasi program CSR oleh PT. Inco Tbk terhadap citra perusahaan melalui peningkatan kepuasan masyarakat setempat Terciptanya suatu citra baik perusahaan.

4.	<p>Chandra Dewi (2017).</p> <p>Penelitian skripsi yang berjudul “Analisis terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan dalam bentuk program kemitraan dan bina lingkungan Studi pada PT. Madubaru di Kabupaten Bantul).</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara langsung pada subjek penelitian.</p>	<p>Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Tanggung jawab sosial merupakan bagian dari eksistensi utama sebuah perusahaan dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara., perusahaan memiliki komitmen untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan menerapkan prinsip pertumbuhan berkelanjutan.</p>
5	<p>Andi Indryanti, (2017).</p> <p>Penelitian skripsi yang berjudul “Persepsi Masyarakat Tentang Implementasi Program <i>Corporate Social</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara.</p>	<p>Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility memberikan manfaat pada kedua belah pihak, yaitu organisasi dan masyarakat. Dimana masyarakat dapat meningkatkan</p>

	<p><i>Responsibility</i> (CSR) Pada PT. Aneka Tambang, Tbk di Pomala”.</p>		<p>kesejahteraan dan kualitas hidupnya sedangkan perusahaan memperoleh penilaian yang positif dari masyarakat dan karyawan sehingga pada akhirnya menjamin keberlangsungan usaha.</p>
6.	<p>Yeni Herisa Dharmawati, Cicilia Dyah Indrawati, Andre N. Rahmanto (2019). Penelitian skripsi yang berjudul “Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara.</p>	<p>Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa untuk mengetahui Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan bina lingkungan Mall Solo Paragon, Kendala implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang berlaku di lingkungan Mall Solo Paragon, Solusi perusahaan yang diberikan kepada masyarakat yang berada di lingkungan Mall Solo Parag.</p>
7.	<p>Sarina (2019) Penelitian skripsi yang berjudul “Pengungkapan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengungkapan CSR terhadap kinerja</p>

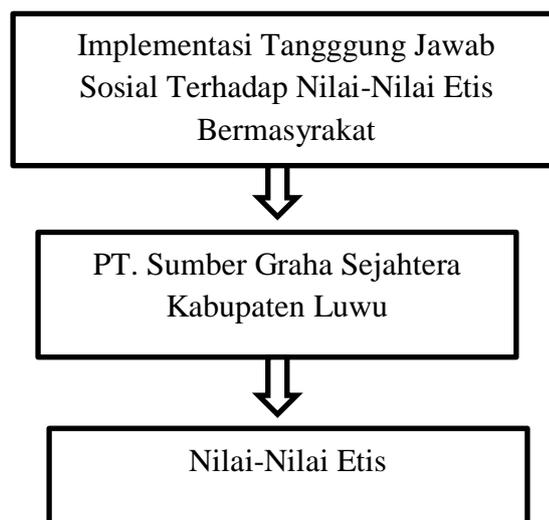
	<i>Corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan pada PT. Tri Star Mandiri</i> ”.	menggunakan data observasi serta wawancara.	keuangan perusahaan yang dimana disimpulkan kinerja keuangan perusahaan dengan metode return on assets, membuktikan bahwa semakin tinggi pengungkapan maka semakin baik.
8.	Hasnawati (2019). Penelitian skripsi yang berjudul “Implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berdasarkan analisis ekonomi islam pada bank muamalat cabang pembantu pare- pare.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara.	Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa <i>Social Responsibility</i> bersifat dinamis, sesuai dengan konteks yang melingkupinya. Batasan konsep <i>Social Responsibility</i> , mengalami perkembangan sejarah keberadaanya. Meningat, <i>social responsibility</i> salah satunya muncul dari tuntutan stakeholders, sebagai akibat bagian dari hak yang dimiliki terganggu oleh eksistensi perusahaan.
9.	Gina Harventy (2019). Penelitian skripsi yang berjudul	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan	Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Perusahaan itu sesungguhnya tidak hanya

	<p>“Implementasi Program tanggung jawab sosial perusahaan dalam menciptakan manfaat bersama (<i>creating share value</i>).</p>	<p>menggunakan data observasi serta wawancara.</p>	<p>memiliki sisi tanggung jawab ekonomis kepada para <i>stakeholders</i> seperti bagaimana memperoleh profit dan menaikkan harga saham atau tanggung jawab legal kepada pemerintah, memenuhi persyaratan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan), dan ketentuan lainnya. Namun, jika perusahaan ingin eksis dan ekseptabel, harus disertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Mengandung makna, perusahaan atau pelaku bisnis umumnya memiliki tanggung jawab yang meliputi tanggung jawab legal, ekonomi, etis, dan lingkungan.</p>
10.	<p>Jejen Hendar (2017). Penelitian skripsi yang berjudul “<i>Corporate social responsibility (csr)</i> dalam prespektif</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan data observasi serta wawancara.</p>	<p>CSR ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan yang bersifat kemanusiaan. Sedangkan masalah mursalah ini merupakan suatu hukum dimana tidak terdapat dail mengenai</p>

	hukum islam”.		perintah dan larangannya.CSR sendiri merupakan suatu komitmen untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi, kualitas kehidupan dan lingkungan kepuasan merupakan tingkat membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.
--	---------------	--	--

2.5 Kerangka Teori

Berdasarkan teori mengenai pertanggungjawaban dan pembahasan mengenai bagaimana perusahaan mengungkapkan kegiatan-kegiatan pertanggungjawaban terhadap nilai-nilai etis, peneliti merumuskan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Teori

Pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan satu bentuk tindakan etis perusahaan/dunia bisnis yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan, masyarakat, dan alam sekitar perusahaan. Lingkungan, alam, dan masyarakat setempat telah memberikan keuntungan kepada pengusaha. Oleh karenanya, sudah selayaknya, bahkan wajib bagi pengusaha untuk memberikan sesuatu yang berguna bagi komunitas tempatnya berusaha. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat, tetapi juga sektor diharapkan tidak hanya melaksanakan tugas-tugas utama sesuai dengan nilai-nilai etis berdasarkan standar profesional saja tetapi secara merata.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut Sugiono, penelitian kualitatif adalah penelitian dimana peneliti ditempatkan sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara penggabungan dan analisis data bersifat induktif (Sugiono. 2010 : 9). Menurut Poerwandari (2005), penelitian kualitatif menghasilkan dan mengolah data yang sifatnya deskriptif, seperti transkripsi wawancara dan observasi. Kirk dan Miller (dalam Moloeng) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai cara untuk melakukan pengamatan langsung pada individu dan berhubungan dengan orang-orang tersebut untuk mendapatkan data yang digalinya (Moleong, J.L.2002 : 3).

Dasar pemikiran digunakannya metode ini adalah karena penelitian ini ingin mengetahui tentang fenomena yang ada dan dalam kondisi yang alamiah, bukan dalam kondisi terkendali, labolatoris atau eksperimen. Di samping itu, karena peneliti perlu untuk langsung terjun ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif deskriptif kiranya lebih tepat untuk digunakan. Metode kualitatif merupakan suatu penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya dilihat dari sudut pandang perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik. Metode kualitatif umumnya dilakukan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata - kata dan bahasa, pada suatu konteks yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, L. J, 2004 :6).

Sedangkan Menurut Saryono (2010), dalam metode kualitatif perlakuan terhadap orang yang berpartisipasi diberlakukan sebagai subjek dan bukan objek penelitian. Pada tahap ini partisipan menemukan bahwa keberadaan dirinya sangat berharga dan informasi yang diberikan sangat bermanfaat. Pada metode kualitatif ini lebih memberikan ruang yang besar pada partisipan. Mereka terhindar dari objektivitas peneliti yang pada umumnya hanya menjawab pertanyaan yang telah disiapkan dan memilih jawaban yang telah disediakan. Melalui metode kualitatif diharapkan mampu memberikan penjelasan yang mendalam tentang ucapan, tulisan, atau sikap yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, atau organisasi tertentu dalam suatu aturan konteks tertentu yang dipelajari dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik. Dengan mengutamakan penjabaran secara menyeluruh baik dalam hal ucapan maupun tulisan maka akan lebih menggambarkan sisi alami dan natural dari penelitian tersebut.

3.2 Kehadiran Peneliti

Peneliti secara aktif berinteraksi secara langsung dengan objek penelitian. Hal ini bertujuan untuk memotret dan melaporkan secara mendalam agar yang diperoleh lebih lengkap. Peneliti dapat menggunakan cara pengamatan langsung kepada objek penelitian dengan tujuan untuk menggali informasi sebanyak-banyaknya agar dalam pelaporan nanti dapat dideskripsikan secara jelas. Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit. Ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana pengumpul data, analisis, penafsir data dan pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya (Moleong, 2007:168).

Tabel 3.1 Kehadiran Peneliti

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Bapak Alamsyah	Ketua bidang Humas	Menginput informasi mendalam mengenai struktur, visi-misi, undang-undang dan tanggung jawab pelaksanaan perusahaan sesuai dengan tujuan penelitian.
2	Bapak Imran	Asisten I Humas	Untuk mendapatkan informasi bagaimana pelaksanaan operasioanl yang dijalankan baik internal dan eksternal.
3	Ibu Fauziyah djannatin	Asisten II Humas	Pelaksanaan tanggung jawab sosial hubungan etika bermasyarakat yang diberikan kepada masyarakat.
4	Ibu Novi lestari amin	Karyawan Pendukung	Bagaimana proses pelaksana yang dilakukan sesuai dengan visi-misi perusahaan yang diterapkan.

Sumber: Data primer melalui wawancara.

Hal ini peneliti lakukan agar perolehan data dan informasi lebih valid atau validitas pengumpulan data dan informasi lebih akurat. Dalam pelaksanaan penelitian ini akan hadir di lapangan sejak diizinkan melakukan penelitian, yaitu dengan cara mendatangi lokasi penelitian pada waktu-waktu tertentu atau, baik terjadwal maupun tidak terjadwal.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Sumber Graha Sejahtera (SGS) di Kabupaten Luwu yang beralamatkan di Jl. Andi Maradang, Desa Barowa, Kecamatan Bua, Provinsi Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilaksanakan \pm 2 bulan dimulai dari Mei-Juli 2022 dengan melakukan wawancara.

3.4 Sumber Data

Berdasarkan permasalahan diatas maka jenis data yang digunakan menggunakan dua macam sumber data yaitu data Primer dan data Sekunder yaitu:

1. Data primer

Data primer dalam skripsi ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang dianggap memahami masalah yang diteliti, semua data yang diperoleh langsung ke lokasi penelitian berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dan informasi yang diperoleh dilapangan menyangkut Implementasi tanggung jawab sosial terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat yang diperoleh situs resmi pada perusahaan PT Sumber Graha Sejahtera dan hasil wawancara.

2. Data sekunder

Data skunder adalah data yang mendukung data primer. Data skunder diperoleh dari buku-buku, internet dan sumber lainnya yang dianggap relevan dengan

permasalahan yang diteliti. Sumber ini merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data, melainkan penelusuran kajian studi kepustakaan (*library research*).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Terkait penelitian ini adalah merupakan penelitian kualitatif, maka merujuk pada pendapat Lexi J. Moloeng, metode yang digunakan sebagai cara mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), dan penelaan document (dokumentasi) dengan uraian sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi diarahkan sebagai pengamat dan pencatatan sistematis terhadap gejala yang diselidiki. Pengamatan dilakukan dengan cara melihat dan peneliti mengamati sendiri terkait bentuk pelaporan pada perusahaan PT Sumber Graha Sejahtera

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka, yang memungkinkan responden memberikan jawaban secara luas. Pertanyaan diarahkan pada pengungkapan kehidupan responden, persepsi, peranan, kegiatan, dan peristiwa-peristiwa yang dialami berkenaan dengan fokus yang diteliti. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang bentuk pelaksanaan pelaporan tanggung jawab sosial pada PT Sumber Graha Sejahtera dan pengungkapan tanggung jawab sosial berdasarkan syariaah *enterprise theory*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data mengenai gambaran objek yang diteliti, disamping juga untuk melengkapi data-data yang diperoleh dari hasil pengamatan, dan wawancara.

3.6 Analisa Data

Menurut Bogdan (2010), analisa data dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, bagaimana pandangan perusahaan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), strategi yang digunakan perusahaan dalam menerapkan program, serta manfaat yang diperoleh perusahaan dan masyarakat yang menerima program. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan melalui tiga jalur analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data, merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dan berlangsung selama penelitian berlangsung. Reduksi data dilakukan dengan menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu serta mengorganisasi data sedemikian rupa hingga dapat ditarik kesimpulan akhir. Peneliti melakukan reduksi data dengan cara membuat catatan lapang berdasarkan hasil wawancara dengan informan maupun responden.

2. Penyajian Data, Penyajian data dalam hal ini digambarkan dengan sekumpulan informasi tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk

teks naratif berupa catatan lapangan yang kemudian diperkuat dan/atau dilengkapi dengan bentuk lainnya yaitu matriks dan bagan.

3. Penarikan Kesimpulan, yang mencakup verifikasi atas kesimpulan terhadap data yang dianalisis agar menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan yang didapatkan selama penelitian dihasilkan dengan cara memikir ulang selama penulisan, meninjau kembali catatan lapangan harian, meninjau kembali dan bertukar pikiran dengan teman dan pembimbing skripsi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pada mulanya PT. Sumber Graha Sejahtera (SGS) didirikan dengan Akte Pendirian No. 11 tanggal 18 November oleh Notaris Soeleman Ardjosmita, SH Dengan nama untuk pertama kalinya adalah PT. Palopo Plywood yang kemudian berdasarkan akte perubahan oleh notaris yang sama No. 28 tanggal 11 september 1973 yang dibuat untuk mengubah nama menjadi PT. Panca Usaha Plywood namun pada tanggal 1 januari 1975 pabrik dinyatakan tutup dan kepemilikan saham telah dihibahkan seluruhnya ke PT. Tri Usaha Bhakti. Pada tanggal 27 april 1978 ditandatangani surat perjanjian eksploitasi antara PT. Tri Usaha Bhakti dengan PT. Nelly Dwi Putra yang diwakili Bapak Hasan Sunarko. Direktur Utama PT. Panca Usaha Palopo Plywood (Bapak R.S. Dawoed diangkat menjadi *Project Officer* dibantu *staff officer* masing-masing).

Setelah perjanjian eksploitasi ditandatangani oleh PT. Nelly Dwi Putri segera di persiapkan segala sesuatunya dan dalam waktu satu bulan, pabrik yang sudah tiga setengah tahun lamanya asset mulai produksi komersial pada tanggal 1 juni 1978 yang kemudian tanggal 1 juni diperingati sebagai ulang tahun PT. Panca Usaha Palopo Plywood yaitu tanggal dimulainya produksi komersial. Selanjutnya pada tanggal 06 November 2017 berubah nama menjadi PT. Sumber Graha Sejahtera (SGS) Cabang Luwu.

4.1.2 Visi Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi PT. Sumber Graham Sejahtera (SGS)

1. Visi

Pemberdayaan pemenang yang menginspirasi masa depan yang berkelanjutan bagi semua.

2. Misi

a. Menggunakan Sumber yang Berkelanjutan

Berkomitmen untuk mengambil bahan baku dari pemasok ecoforest yang berkelanjutan serta bertekad membangun masa depan yang lebih baik.

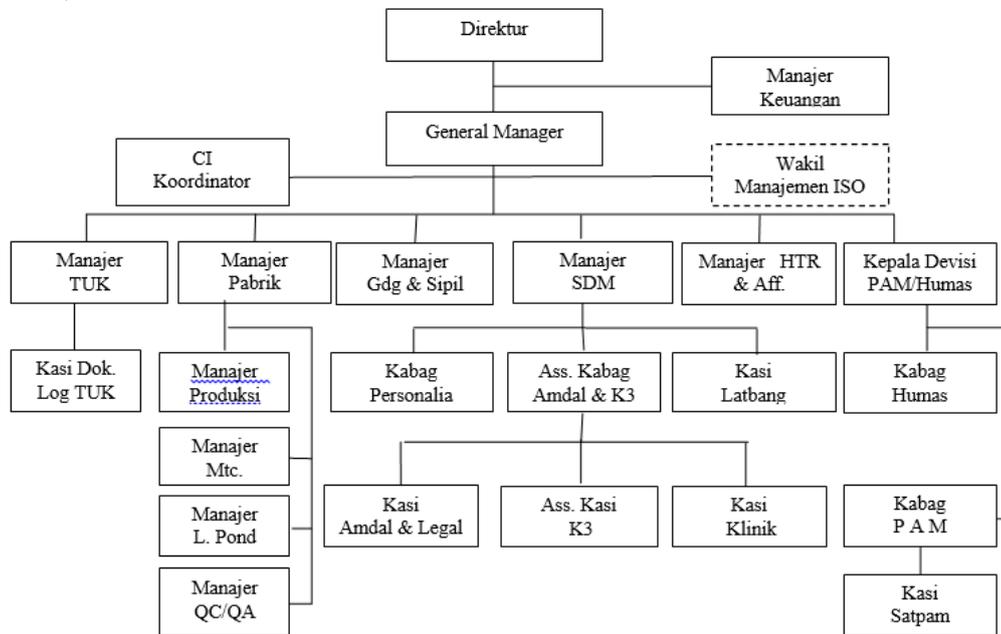
b. Pemberdayaan Manusia

Melibatkan, berkolaborasi, dan memberdayakan karyawan sebagai aset utama perusahaan untuk memastikan masa depan yang berkelanjutan bagi semua pihak.

c. Mendorong Nilai Ekonomi

Sebagai pemimpin industry melalui solusi yang inovatif dan berkelanjutan di mana pun kami berada.

4.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Pembahasan

Sebagai awal pengendali dan pengawasan, melakukan perencanaan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hal yang dipandang penting. Perencanaan, menjadi satu dimensi keseriusan perusahaan dalam ikut berpartisipasi dan empathy terhadap berbagai masalah lingkungan dan sosial. Corporate social responsibility butuh perumusan yang jelas, baik materi, strategi, sasaran, penelitian pemangku kepentingan, maupun anggaran yang dibutuhkan. Untuk itu, butuh kajian mendalam dan berkelanjutan, khususnya dalam menentukan isi dan sasaran agar memiliki daya dukung dalam pembangunan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan pemberdayaan pada para pemangku kepentingan. dengan demikian, kualitas perencanaan praktik tanggung jawab

sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) tergantung pada analisis perusahaan terhadap lingkungan dan social. Implementasi tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai peran penting, baik secara internal maupun eksternal. Dalam konteks pembentukan citra perusahaan, di semua bidang.

Secara Filosofis, jika perusahaan berusaha untuk berguna bagi umat manusia maka dalam jangka panjang tentunya akan tetap eksis. Menurut Johnson and Johnson (2006) dalam Nor Hadi (2009: 46) dalam Nor Hadi (2009:46) mendefinisikan CRS tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Sedangkan menurut Ghana (2009:46) memberikan penjelasan secara lebih dalam, bahwa sesungguhnya tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) memberikan kapasitas dalam membangun *corporate building* menuju terjaminya *going concern* perusahaan. Didalamnya, termasuk upaya peka (*respect*) terhadap adopsi sistemik berbagai budaya (kearifan lokal) kedalam strategi bisnis perusahaan, termasuk ketrampilan karyawan, masyarakat, dan pemerintah. Secara umum, CSR dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat melalui peningkatan kemampuan manusia sebagai individu untuk beradaptasi dengan keadaan sosial yang ada, menikmati, memanfaatkan, dan memelihara lingkungan hidup yang ada.

Disamping itu tak luput dalam penerapannya bagaimana perusahaan dalam tanggung jawab sosial yang diberikan tak luput dari bagaimana nilai-nilai etis bermasyarakat yang diterapkan. Menurut Franz Magnis Suseno (1991), “ajaran moral memuat pandangan-pandangan nilai-nilai dan norma-norma moral yang terdapat di antara sekelompok manusia. Norma moral adalah aturan tentang bagaimana manusia harus hidup supaya menjadi baik sebagai manusia”. Sedangkan mengenai etika, ditandaskan bahwa “etika bukan sumber tambahan moralitas melainkan merupakan filsafat yang merefleksikan ajaran -ajaran moral”. Lebih lanjut, ditekankan bahwa “etika mempersoalkan tentang mengapa kita harus mengikuti moralitas tertentu, bagaimana kita dapat mengambil sikap yang bertanggung-jawab berhadapan dengan berbagai moralitas”.

De Vos (1987), mengatakan bahwa “etika adalah ilmu pengetahuan tentang kesusilaan dan moral. Sedangkan moral adalah hal-hal yang mendorong orang untuk melakukan tindakan-tindakan yang baik sebagai kewajiban untuk norma”. Dari bentuk hubungan antara moral dan etika dapat dirumuskan bahwa moral lebih bersifat abstrak universal, sedangkan etika lebih bersifat konkret khusus (obyektif). Misalnya, “korupsi” adalah perilaku tidak bermoral, tetapi “tidak membayar pajak” (karena alasan tertentu) adalah perilaku tidak etis. Tetapi, keduanya tetap mempersoalkan masalah yang sama, yaitu perilaku. Kemudian, dari pendekatan filsafat dan moral atau etika dapat disusun sebuah kerangka pikir bahwa jika di dalam diri setiap individu tertanam kuat dorongan moral untuk berbuat kebaikan, berarti mereka berada dalam satu ikatan moral di dalam dunia kebersamaan. Di dalam satu keterikatan moral, mereka bermasyarakat menurut

prinsip etika normatif dalam mencapai tujuan bersama. Jadi tidak perlu terjadi benturan konflik. Berdasar pada kerangka pikir di atas, sistematika pembahasan tentang implementasi tanggung jawab sosial perusahaan dan masyarakatnya, diawali dengan pemikiran dan kesadaran, dilanjutkan dengan etika dalam kehidupan bermasyarakat dan etika pendidikan dalam kehidupan bermasyarakat. Khusus mengenai pemikiran terakhir, dipandang perlu karena pendidikan adalah satu-satunya cara penanaman nilai-nilai moral dan etika yang wajib di pertanggungjawabkan oleh setiap perusahaan.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Tanggapan Para Narasumber Terhadap Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai-Nilai Etis Bermasyarakat

Adapun hasil wawancara dengan bapak Alamsyah selaku ketua bidang Humas Pada PT. Sumber Graha Sejahtera tentang penerapan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat sebagai berikut:

“Dalam perusahaan itu sendiri sudah pasti telah melakukan tanggung jawab sosial bagi masyarakat dimana perusahaan dituntut untuk memikul tanggung jawab secara lebih luas kepada masyarakat, sampai pada pengindahan dan pengedepanan beragam nilai sosial kemasyarakatan.”

Penjelasan dari hasil wawancara diatas yaitu tentang penerapan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat.. Adapun mengenai pertanggung jawaban menurut bapak Alamsyah “Implemtasi tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab terhadap sosial atau masyarakat sekitar berdasarkan kesadaran setiap individu,

dimana perusahaan bertanggungjawab secara penuh atas setiap keluhan yang ada ketika masyarakat merasa terganggu dengan aktivitas perusahaan, namun sejauh ini perusahaan dan masyarakat masih berjalan aktif dalam keberadaan masing-masing yang artinya hal ini sejalan dengan prinsip dan pertanggung jawab perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat.

Menurut Gina Harventy (2019) dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Perusahaan itu sesungguhnya tidak hanya memiliki sisi tanggung jawab ekonomis kepada para *stakeholders* seperti bagaimana memperoleh profit dan menaikkan harga saham atau tanggung jawab legal kepada pemerintah, memenuhi persyaratan AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan), dan ketentuan lainnya. Namun, jika perusahaan ingin eksis dan ekseptabel, harus disertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Mengandung makna, perusahaan atau pelaku bisnis umumnya memiliki tanggung jawab yang meliputi tanggung jawab legal, ekonomi, etis, dan lingkungan.

Akan tetapi tanggung jawab sosial perusahaan biasa dijalankan masing-masing individu memiliki kesadaran akan pentingnya penerapan tersebut didasarkan pada nilai-nilai etis yang baik, oleh karena itu salah satu karyawan mengatakan:

“Yahh sudah jelas menjadi tanggung jawab bersama dalam pelaksanaanya dimana perusahaan harus menjaga citra positif kepada masyarakat dan masyarakatpun juga merasa aman dengan keberadaan perusahaan tanpa merusak lingkungan sekitar dengan memperhatikan lingkungan, sosial dan budaya sekitar yang bahwasanya perusahaan hadir

sebagai solusi atau wadah kepada masyarakat untuk memberikan pelaksanaan secara aturan dan undang-undang yang berlaku”.

Penjelasan dari hasil wawancara diatas yaitu tentang melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan kesadaran yang kuat pada setiap karyawan dengan prinsip-prinsip yang diterapkan oleh perusahaan wajib dilaksanakan oleh setiap karyawan PT. Sumber Graha Sejahtera dengan kebijakan, merupakan arah dasar yang diambil pimpinan dan menjadi warna orientasi satu program. Kebijakan akan menentukan dalam merumuskan strategi pelaksanaan tanggung jawab sosial dan sekaligus sebagai *guidance* aktivitas yang akan dimunculkan. Pemilihan solusi berupa melakukan musyawarah merupakan salah satu bentuk kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas tanggung jawab sosial yang didudukkan sebagai upaya untuk memperoleh *licence to operate* perusahaan dari masyarakat.

Andi Indriyanti (2017) Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memberikan manfaat pada kedua belah pihak, yaitu organisasi dan masyarakat. Dimana masyarakat dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidupnya sedangkan perusahaan memperoleh penilaian yang positif dari masyarakat dan karyawan sehingga pada akhirnya menjamin keberlangsungan usaha. Adapun manfaat tanggung jawab sosial perusahaan yang diberikan perusahaan dijelaskan oleh bapak Imran adalah sebagai berikut:

“Sejauh ini masyarakat sekitar belum mengeluhkan keluhan besar kepada perusahaan terutama para karyawan dikarenakan perusahaan selalu aktif

melakukan sosialisasi dan program serta melakukan kerjasama bagi masyarakat setempat terkait bentuk pengolahan yang diterapkan itu sendiri dan berdasarkan pada nilai-nilai etika bermasyarakat dari perusahaan selalu mengutamakan pada nilai-nilai moral yang wajib diterapkan semua karyawan terhadap masyarakat setempat sehingga terjalinnya hubungan yang saling menghargai satu sama lain”.

Penjelasan dari hasil wawancara bersama ibu Fauziyah djannatin di atas mengatakan dengan dipandang dari segi moral hakikat manusia maupun hakikat kegiatan bisnis itu sendiri, diyakini bahwa tidak benar kalau perusahaan hanya punya memenringkan diri sendiri namun tetap memberikan manfaat bagi masyarakat dalam hal tanggung jawab, kewajiban moral dan nilai-nilai etika harus diletakan sebagai landasan atau dasar pertimbangan dalam tingkah laku manusia termasuk kegiatan di bidang keilmuan. Nilai dimaksudkan kondisi atau kualitas suatu benda yang membuat eksistensinya, pemiliknya atau upaya menjadikan sesuatu yang di inginkan oleh individu-individu masyarakat, nilai tidak bersifat subjektif, karena ia tetap mengacu pada konteks social yang membentuk individu dan yang pada giliranya dipengaruhi oleh nya. Aspek nilai inilah yang menjadikan etika sebagai suatu teori mengenai hubungan antar pribadi dan membedakanya dari nilai-nilai intelektual atau estetis semata-mata. Nilai etis secara logis dapat mewujudkan dalam hubunganya antara manusia dengan sesama manusia.

Priyanto Susiloadi (2008:128) mengatakan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk tanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan kepada *stakeholders* internal maupun eksternal beserta lingkungan

tempat institusi tersebut berada. Telah disadari pada masa sekarang keberhasilan suatu institusi ditentukan oleh adanya perhatian terhadap lingkungan sosial sekitar seperti komunitas-komunitas yang terbentuk disekitar yang beberapa dibentuk untuk memberikan informasi atau suatu pendidikan pada masyarakat sekitar. Artinya bahwa perhatian masyarakat terhadap perusahaan dan cara perusahaan mengelola tanggungjawab sosial terhadap komunitas disekitarnya terkait dengan nilai-nilai etis bermasyarakat, akan menciptakan hubungan antar perusahaan dan masyarakat. Adapun hasil wawancara dengan ibu novi lestari selaku karyawan pada PT. Sumber Graha Sejahtera mengatakan bahwa:

“Perusahaan sebagai suatu sistem hubungan yang terstruktur, dimana setiap komponen masuk didalamnya bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Tujuan tersebut antara lain sebagai upaya membina hubungan baik dengan para stakeholder. jika dianalisis kendala-kendala yang dialami perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat belum tersosialisasikannya pelaksanaan dengan baik”.

Penjelasan dari hasil wawancara diatas yaitu tentang hal menyebabkan pelaksanaanya kurang sesuai sebagaimana mestinya dan pemilihan solusi berupa melakukan musyawarah merupakan salah satu bentuk kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas tanggung jawab sosial”. Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi terhadap kenaikan kehidupan masyarakat, yang bukan hanya sekedar memproduksi dan memasok barang dan jasa bagi masyarakat bukan semata-mata hanya untuk memupuk keuntungan pribadi

perusahaan namun masyarakat juga diharapkan dapat merasakan keuntungan dengan adanya keberadaan perusahaan dilingkungan masyarakat sekitar. Tak lepas dari pentingnya tanggung jawab yang dilandaskan pada nilai-nilai etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, serta apa yang dikejar oleh semua orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi atau realitas yang membudaya, dapat disimpulkan bahwa tentang kenyataan dalam penghayatan nilai atau tanpa nilai dalam suatu masyarakat yang dikaitkan dengan kondisi tertentu memungkinkan manusia dapat bertindak secara etis.

Kebijakan, merupakan arah dasar yang diambil pimpinan dan menjadi warna orientasi satu program. Kebijakan akan menentukan dalam merumuskan strategi pelaksanaan tanggung jawab sosial dan sekaligus sebagai *guidance* aktivitas yang akan dimunculkan. Pemilihan solusi berupa melakukan musyawarah merupakan salah satu bentuk kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas tanggung jawab sosial yang didudukkan sebagai upaya untuk memperoleh *licence to operate* perusahaan dari masyarakat tersebut mengalami perkembangan dan perubahan signifikan yaitu pelaku bisnis dituntut untuk memikul tanggung jawab secara lebih luas kepada masyarakat, sampai pada pengindahan dan pengedepanan beragam nilai sosial kemasyarakatan yang mengitari (*human values*). Perusahaan dituntut untuk memberikan kontribusi

terhadap kenaikan kehidupan masyarakat, yang bukan hanya sekedar memproduksi dan memasok barang dan jasa bagi masyarakat.

Menurut Yeni Herisa (2019) mengatakan implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat, berarti merencanakan implementasi pelaksanaan tanggung jawab dilapangan. Terdapat berbagai pendekatan yang dapat dijadikan pijakan dalam mengimplementasikan praktik tanggung jawab sosial, antara lain: sentralisasi, desentralisasi dan kombinasi. Implementasi tanggung jawab sosial juga dapat dilaksanakan secara *self managing*, maupun *outsourcing*. Upaya yang dilakukan perusahaan dalam rangka menjamin ketercapaian tujuan tanggung jawab sosial dilakukan dengan berbagai strategi. Berbagai strategi yang dilakukan perusahaan sudah pasti harus memperhatikan dan memperhitungkan visi, misi, objek dan kebutuhan riil *stakeholder* yang nantinya berdampak positif bagi masyarakat itu sendiri.

Jadi dapat disimpulkan bahwa PT. Sumber Graha Sejahtera sangat serius menyikapi soal tanggung jawab sosial terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat ini, karena untuk melaksanakan PT. Sumber Graha Sejahtera memiliki tim khusus. Akibat dari kesadaran kolektif bahwa kontinuitas pertumbuhan dunia usaha tidak akan terjadi tanpa dukungan yang memadai dari *stakeholder* yang melingkupinya seperti, manajer, konsumen, buruh dan anggota masyarakat, dan kesadaran bahwa dunia usaha tidak akan sejahtera jika *stakeholdernya* juga tidak sejahtera. Perusahaan menjalankan program tanggung jawab sosial secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.

Disamping itu nilai-nilai etika yang terkandung dalam bermasyarakat adalah membahas etika sebagai ilmu yang menyelidiki tentang tanggapan kesusilaan atau etis yaitu sama halnya dengan moral. Manusia disebut etis, ialah manusia secara utuh dan menyeluruh mampu memenuhi hajat hidupnya dalam rangka asas keseimbangan antara kepentingan pribadi dengan pihak lainnya, antara jasmani dan rohaninya dan antara makhluk berdiri sendiri dengan penciptaanya, termasuk didalamnya membahas nilai-nilai yang dikaitkan dengan etika. Pembahasan tentang nilai bukanlah membahas tentang nilai kebenaran walaupun kebenaran itu adalah nilai juga. Pengertian nilai itu adalah harga dimana sesuatu mempunyai nilai karena ia mempunyai harga atau sesuatu itu mempunyai harga yang sama pula karena penilaian seseorang terhadap sesuatu yang sama itu biasanya berlainan. Bahkan ada yang tidak ada yang memberikan nilai terhadap sesuatu itu karena ia tidak berharga baginya tetapi mungkin bagi orang lain justru mempunyai nilai yang sangat lah berharga baginya dimana perbedaan antara nilai sesuatu itu disebabkan sifat nilai itu sendiri yang menjadi subjeknya antara perusahaan dan masyarakat itu sendiri.

Jadi inti dari wawancara dengan 4 narasumber yang peneliti lakukan sebelumnya adalah peneliti mengetahui jika PT. Sumber Graha Sejahtera sangat menerapkan pelaksanaan dengan baik dan telah memiliki cara tersendiri dalam hal pelaksanaan tanggung jawab sosial terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat yang mempunyai peran penting, baik secara internal maupun eksternal. Dalam konteks pembentukan citra perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa beberapa kesimpulan yang dimana PT. Sumber Graha Sejahtera sangat menyadari pentingnya CSR, mereka menyadari saat ini masyarakat sudah cerdas dan eksistensi perusahaan ditengah lingkungan masyarakat pasti diikat oleh kontrak sosial (*social contract*). Subtansi kontrak sosial (*social contract*) tersebut mengalami perkembangan dan perubahan signifikan yaitu pelaku bisnis dituntut untuk memikul tanggung jawab secara lebih luas kepada masyarakat. Akibat dari kesadaran kolektif bahwa kontinuitas pertumbuhan dunia usaha tidak akan terjadi tanpa dukungan yang memadai dari *stakeholder* yang melingkupinya seperti, manajer, konsumen, buruh dan anggota masyarakat, dan kesadaran bahwa dunia usaha tidak akan sejahtera jika *stakeholdernya* juga tidak sejahtera.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sering dianggap sebagai inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) saja tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai,

komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga competitor. Penekanan pada aspek sifat hakikat sosial dan etika tersebut, terkesan mengandung maksud agar dengan demikian bahaya individualisme dapat dihindarkan. Karena, pandangan individualisme dinilai cenderung “merugikan” kehidupan bersama. Kalau alasan itu dikemukakan, rupanya tidak realistis, karena sama dengan kolektivisme, di dalam konteks sosial individualisme juga memiliki posisi dan fungsi yang mutlak menentukan terhadap kelangsungan kehidupan bermasyarakat.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan adapun implikasi penelitian yang diajukan peneliti diantaranya:

1. Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan telah sesuai dengan aturan dan ketentuan yang telah dilaksanakan dengan baik oleh PT. Sumber Graha Sejahtera
2. Memberikan nilai yang lebih positif sehingga PT. Sumber Graha Sejahtera menjadi perusahaan yang terbebas dari masalah
3. Meningkatkan komitmen perusahaan dalam usaha untuk mensejahterakan masyarakat
4. Meningkatkan nama baik atau citra perusahaan PT. Sumber Graha Sejahtera di mata masyarakat, karena telah melaksanakan bentuk tanggung jawab sesuai dengan yang diinginkan oleh masyarakat dan perusahaan itu sendiri sehingga perubahan dan perkembangan perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka terdapat beberapa saran atas keterbatasan yang ada untuk perbaikan di masa mendatang, antara lain PT. Sumber Graha Sejahtera dan karyawan dapat meningkatkan bentuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat dari tahun ke tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan terhadap nilai-nilai etis bermasyarakat secara fisik terkait kemunculan gejala-gejala perkembangan perubahan pemanfaatan mengidentifikasi pengaruh sosial pada masyarakat sekitar terhadap etika perusahaan. Sehingga diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk menganalisis terkait pelaksanaan, pengaruh sosial masyarakat dan pengalokasian bentuk tanggung jawab perusahaan dapat dikaji lebih luas untuk menjelaskan hal yang belum dipahami.

DAFTAR RUJUKAN

- Ainun, F. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Kesejahteraan Masyarakat Desa Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada PT. Perkebunan Nusantara Ix Kebun Jolotigo Kabupaten Pekalongan) (Doctoral dissertation, Iain Pekalongan).
- Erwanda, E., & Mulawarman, A. D. (2018). Tanggung Jawab Sosial Pada Organisasi Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bni Syariah Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 1(2).
- Eka Astria, E. K. A. (2017). Implementasi Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo) (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Palopo).
- Fadila, O. N., & Utiyati, S. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas dan Likuiditas Pada Perusahaan Tobacco Manufactures. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (Jirm)*, 5(7).
- Fahmi, I. (2012). Analisis Kinerja Keuangan: Panduan Bagi Akademisi, Manajer, Dan Investor Untuk Menilai dan Menganalisis Bisnis Dari Aspek Keuangan.
- Hendar, J. (2017). Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Prespektif Hukum Islam. *Jurnal Syiar Hukum*, 15(1).
- Hasnawati, H. (2019). Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Analisis Ekonomi Islam Pada Bank Muamalat Cabang Pembantu Parepare (Doctoral dissertation, Iain Parepare).
- Indryanti, A. (2017). Persepsi Masyarakat Tentang Implementasi Program Corporate Social Responsibility (Csr) Pada PT. Aneka Tambang, Tbk di Pomalaa (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Kangihade, F. F. (2013). Penerapan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Kaitannya Dengan Pelestarian Lingkungan dan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Hukum Unsrat*, 1(3), 24-33.
- Moleong, L. J., & Edisi, P. R. R. B. (2004). Metodologi penelitian. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Marnelly, T. R. (2019). Lembaga Masyarakat Peduli Api: Studi Tentang Hambatan Pelaksanaan Peran. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, 20(2), 223-230.

- Meutia, I., & Liliana, L. (2011). (Retracted) Pengelolaan Keuangan Dana Desa. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(2), 336-352.
- Mardikanto, Totok. 2014. CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggung Jawab Sosial Korporasi). Bandung: Alfabeta.
- Sarinah, I., Sihabudin, A. A., & Suwarlan, E. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Ekonomi Oleh Pemerintah Desa Pangandaran Kecamatan Pangandaran Kabupaten Pangandaran. Moderat: *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 5(3), 267-277
- Sarina, S. (2019). Peran Promosi Terhadap Perkembangan Bank Syariah Mandiri Kota Palopo (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo).
- Tjilen, A. P. (2019). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Local Community Economic Empowerment And Corporate Social Responsibility), (Teori, Konsep, dan Implementasi Kebijakan Publik). Deepublish.
- Putri, F. A. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan (*Studi Pada Indeks Sri-Kehati Yang Listing di Bei Periode 2010-2012*) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Patricia, J., Hananto, H., & Harindahyani, S. (2017). Penerapan Tax Planning Untuk Meminimalkan Pembayaran Pajak Penghasilan Pada PT. Adi Makassar. *Calyptra*, 3(1), 1-12.
- Wahyuni, S. (2014). Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Implikasinya Pada Model Pengembangan Strategi Perusahaan Di Masa Depan.
- Yeni, A. A. (2022). Analisis Syariah Governance Dalam Pengungkapan Islamic Social Reporting Index dan Global Reporting Index Pada Bank Umum Syariah Periode 2017-2020 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).