



**Website:**  
ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa

**Afiliasi:**  
<sup>1234</sup>Fakultas Ekonomi Dan Bisnis,  
Universitas Muhammadiyah Palopo,  
Indonesia

**\*Correspondence:**  
nurdeasahib056@student.umpalopo.ac.id

**DOI:** [10.22219/jaa.v6i1.25727](https://doi.org/10.22219/jaa.v6i1.25727)

**Sitasi:**  
Sahib, N., Rismawati., Rusli, A., Hapid.  
(2023). Konsep Corporate Social  
Responsibility Berbasis Pangadarang  
Wija To Luwu. *Jurnal Akademi Akuntansi*,  
6(1), 79-93.

**Proses Artikel  
Diajukan:**  
5 Desember 2022

**Direviu:**  
8 Desember 2022

**Direvisi:**  
23 Februari 2023

**Diterima:**  
25 Februari 2023

**Diterbitkan:**  
28 Februari 2023

**Alamat Kantor:**  
Jurusan Akuntansi Universitas  
Muhammadiyah Malang  
Gedung Kuliah Bersama 2 Lantai  
3.  
Jalan Raya Tlogomas 246,  
Malang, Jawa Timur, Indonesia

P-ISSN: 2715-1964  
E-ISSN: 2654-8321

**Tipe Artikel:** Paper Penelitian

## KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BERBASIS PANGADARANG WIJA TO LUWU

Nurdea Sahib<sup>\*1</sup>, Rismawati<sup>2</sup>, Andika Rusli<sup>3</sup>,  
Hapid<sup>4</sup>

### ABSTRACT

*This study aims to reconstruct the concept of CSR with the values contained in pangadarang so that it can provide a new perspective on the concept of CSR. This aim proposes an interpretive paradigm and ethnographic method to understand and reconstruct the concept of CSR with the local wisdom of Pangadarang. This study uses two methods in ethnography, namely the step-by-step method and the inculturative critical ethnography method. The customary order contains customary rules "Pattuppui ri-Ada'e, Mu pasanrei ri-Syara'e", an affirmation to always be sami'na wa atho'na against God's commands and always uphold the values of local wisdom in order to be human. who is dignified and always has hablum minannas. Research shows that companies must uphold the values of sipakatau, sigunakannge' and sipakalebbi in establishing social relationships. To protect the surrounding environment, companies must also apply the makkasiwiang culture as a quality control in managing nature. This application can be a social capital that can bring benefits to the company.*

**KEYWORDS:** Local Wisdom, Pangadarang, The concept of CSR, Wija To Luwu

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merekonstruksikan konsep CSR dengan nilai-nilai yang ada dalam pangadarang sehingga dapat memberikan sudut pandang baru terkait konsep CSR. Tujuan tersebut mengusulkan paradigma Interpretif dan metode etnografi untuk memahami dan merekonstruksikan konsep CSR dengan kearifan lokal pangadarang. Penelitian ini menggunakan dua bentuk metode dalam etnografi yaitu metode alur maju bertahap dan metode etnografi kritis inkulturatif. Tatanan adat tersebut mengandung kaidah adat "Pattuppui ri- Ada'e, Mu pasanrei ri-Syara'e", sebuah penegasan untuk selalu sami'na wa atho'na terhadap perintah Allah dan selalu memegang teguh nilai-nilai kearifan lokal untuk dapat menjadi manusia yang bermartabat dan senantiasa ber-hablum minannas. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan harus menjunjung tinggi nilai sipakatau, sipakainge' dan sipakalebbi dalam menjalin hubungan sosialnya. Untuk menjaga lingkungan sekitar, perusahaan juga harus menerapkan budaya makkasiwiang sebagai kualitas kontrol dalam pengelolaan alam. Penerapan tersebut dapat menjadi modal sosial yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.



## PENDAHULUAN

Penerapan CSR di Indonesia telah banyak dilakukan, namun masih belum terpenuhi secara nyata dan belum tepat sasaran ([Pratiwi, 2022](#); [Wiranata & Rismawati, 2022](#)). Saat ini, CSR tidak lagi dipandang sebagai pilihan namun juga sebagai tuntutan dan kewajiban untuk semua stakeholder, baik itu bagi negara, masyarakat maupun perusahaan itu sendiri ([Djufri et al., 2022](#); [Hsu & Bui, 2022](#)). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan perusahaan di Indonesia hanya menjadikan CSR sebagai penggugur kewajiban dan pencitraan saja ([Dinar et al., 2022](#)). Padahal tanggung jawab sosial atau CSR berperan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan, ([Shahzad et al., 2022](#)). Maka dari itu hal ini, memerlukan perhatian khusus untuk meningkatkan kualitas dalam penerapan CSR. Terlihat sudah banyak riset yang membahas tentang CSR namun, hingga saat ini kemampuan perusahaan dalam menerapkan CSR masih terbilang kurang baik ([Fahmi, 2019](#)).

Kewajiban penerapan CSR di perusahaan telah di pertegas dalam undang-undang nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang perseroan terbatas. Hakikat CSR sebagai bentuk kesukarelaan kini bergeser menjadi suatu kewajiban. Ada banyak fakta yang menjadikan pelaksanaan CSR wajib bagi perusahaan ([Rismawati, 2020](#)). Beberapa faktanya, bahwa bumi ini merupakan tempat manusia berpijak yang semakin tua dan usang sehingga menjadikan daya dukungnya semakin lemah apabila terus-menerus di eksploitasi tanpa pelestarian. Ditambah lagi penduduk dunia yang kian semakin bertambah, apabila tidak adanya perlakuan etik dan beradab dari pihak Perusahaan maka, bumi ini akan lebih cepat menuju kehancuran.

Selain itu, CSR juga sebagai komitmen jangka panjang sebuah perusahaan dalam meningkatkan kualitas lingkungan sekitarnya baik itu yang ada di dalam perusahaan maupun yang ada di luar perusahaan ([Mostepaniuk et al., 2022](#); [Yusdiansyah, 2022](#)). Wacana ini telah banyak dilaksanakan oleh perusahaan di Indonesia, terutama perusahaan yang bergerak di bidang industri ekstratif. Contoh perusahaan yang telah Menerapkan CSR adalah PT Freeport, Pertamina, PT HM Sampoerna, PT Coca Cola, PT Bank Central Asia, Nokia Mobil Phone, PT Timah, Astra Grup melalui Yayasan Dharma Bhakti Astra serta Unilever melalui program Sekolah Pepsodent Kampanye.

Berbagai alasan dan masalah yang muncul menjadikan perusahaan perlu untuk mempertimbangkan kearifan lokal dalam menerapkan kegiatan CSR. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian ([Rosilawati, 2019](#)), yang menyatakan bahwa konflik yang banyak terjadi diantara perusahaan dan masyarakat lokal menunjukkan bahwa sebelum melakukan aktivitas bisnisnya, perusahaan perlu untuk memahami etika serta sosial budaya yang ada di masyarakat setempat. Kearifan lokal sangat penting untuk mendukung pelaksanaan CSR agar program yang direncanakan bisa sesuai dan tepat sasaran. Namun, hingga saat ini masih banyak perusahaan yang belum memahami konsep dan contoh kegiatan CSR berbasis kearifan lokal ([Susanto et al., 2022](#)).

Secara global, CSR dijuluki sebagai fenomena unik yang menjadi salah satu trending topik dalam satu dekade ini ([Djufri et al., 2022](#)). Konsepnya pun masih terbilang cukup materialistis. Sebagaimana konsep etika Freidman menjelaskan bahwa CSR hanya sebatas penggunaan sumberdaya untuk melakukan aktivitas yang berhubungan dengan peningkatan keuntungan saja. Bahkan apabila bersifat sukarela sekalipun, itu juga sebagai tujuan untuk

meningkatkan keuntungan. Pendekatan inilah perlu untuk dibenahi sehingga beberapa tulisan tentang CSR kini kian bermunculan contohnya konsep CSR berbasis kearifan lokal. Penelitian tentang CSR berbasis kearifan lokal sudah beberapa kali diteliti, seperti penelitian ([Rismawati, 2015](#)) yang berjudul “Memaknai Program Corporate Social Responsibility: Proses Transformasi Sosial Berbasis Kearifan Lokal”; “No Business Interruption: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Dalam Perspektif Budaya Luwu (Studi Pada Pt Inco Sorowako); Budaya Malaqbiq yang di kaitkan dengan penerapan CSR ([Dinar et al, 2022](#)), penelitian tentang Implementasi CSR yang berlandaskan budaya Tri Hita Karana. Penelitian tentang CSR berbasis kearifan lokal tersebut semakin meningkat, hal ini menunjukkan bahwa topik tersebut relevan. Masih banyak aspek yang belum diteliti contohnya kearifan lokal Indonesia belum banyak membahas tentang cerita rakyat, naskah kuno dan buku sejarah. Selain itu beberapa daerah-daerah di Indonesia belum terkoneksi padahal mempunyai ciri khas yang tidak banyak terlihat di negara lain salah satunya adalah kearifan lokal yang sangat beragam, fakta tersebut bisa menjadi sebuah hal yang menarik bagi pembaca-pembaca asing apabila menjadikannya pertimbangan dalam sebuah penelitian. Kegagalan dalam implementasi program CSR biasanya terjadi karena beberapa hal, yang pertama, mereka tidak memecahkan masalah-masalah yang timbul di tengah masyarakat dan sekitar lingkungan. Untuk memecahkan masalah tersebut, maka perusahaan perlu untuk mengidentifikasi masalah sosial serta menganalisis potensi sosial dan ekonomi dan peluang lain yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah tersebut. Tentunya potensi sosial dan ekonomi masyarakat bersumber dari kearifan lokalnya. Kedua, rendahnya kontribusi masyarakat dalam setiap implementasi program CSR, hal tersebut kemungkinan akibat dari kegiatannya yang tidak didasarkan pada kearifan lokal masyarakat setempat sehingga menghasilkan masalah ketiga, yaitu ketidakpuasan masyarakat setempat terhadap perusahaan ([Rismawati, 2020](#)).

Penelitian tentang berbasis kearifan lokal semakin meningkat. Penelitian ([Susanto et al., 2022](#)) menunjukkan bahwa kualitas penelitian CSR berbasis kearifan lokal di Indonesia masih terbelang kurang baik maka, bagi peneliti yang tertarik dengan kearifan lokal Indonesia penting untuk meningkatkan kualitas penelitiannya sebab Indonesia adalah negara dengan ciri khas yang tidak banyak terlihat di negara lain salah satunya adalah kearifan lokal yang sangat beragam. Masih banyak aspek yang belum diteliti terkait CSR berbasis kearifan lokal Indonesia, seperti cerita rakyat, naskah kuno dan buku sejarah. Selain itu, beberapa daerah-daerah di Indonesia juga belum terkoneksi. Apabila menjadikan hal tersebut sebagai pertimbangan dalam sebuah penelitian, fakta tersebut bisa menjadi suatu topik yang menarik untuk pembaca khususnya bagi pembaca asing.

Selain memberikan pemahaman tentang CSR, konsep CSR berbasis kearifan lokal juga akan memberikan pemahaman dan menjembatani pembaca untuk mengetahui tentang gambaran suatu budaya ([Rismawati, 2015](#); [Indah et al., 2022](#)). Dalam praktiknya, secara tidak langsung perusahaan dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dengan mengedepankan nilai-nilai kearifan lokal yang dimiliki oleh daerah setempat. Dapat dikatakan bahwa konsep CSR yang berbasis kearifan lokal ini merupakan salah satu bentuk pemberdayaan masyarakat.

Bermanfaat atau tidaknya sebuah program CSR bergantung dengan persepsi stakeholder di tempat program itu dijalankan. Berhasil atau tidaknya program CSR di suatu wilayah, tidak menjamin hasilnya akan sama di wilayah lainnya. Sebab itu, dalam implementasi CSR perlu untuk mempertimbangkan kearifan lokal ditempat CSR akan diterapkan, agar program yang direncanakan bisa sesuai dan tepat sasaran. Kearifan lokal sangat penting untuk mendukung pelaksanaan CSR yang bermanfaat bagi masyarakat lokal namun, masih banyak perusahaan

yang belum memahami konsep dan contoh kegiatan CSR berbasis kearifan lokal ([Susanto et al., 2022](#)).

Setiap budaya pasti memiliki nilai-nilai kearifannya yang memiliki makna, ada banyak falsafah-falsafah tersembunyi dalam sebuah kelompok sosial yang tentu mempunyai banyak makna yang mendalam namun, budaya di kalangan masyarakat saat ini tidak lagi menjadi trend, khususnya di kalangan mahasiswa. Kearifan-kearifan lokal yang diwariskan oleh para leluhur kini semakin punah. Fenomena tersebut jelas terlihat namun tidak disadari oleh sebagian masyarakat sehingga menutup mata dan telinga atas keberadaan serta kedudukan budayanya sendiri. Tatanan adat dan nilai-nilai luhur budaya kini semakin memunah, terkikis oleh budaya-budaya asing. Padahal bangsa yang besar adalah bangsa yang menjunjung tinggi nilai-nilai budaya dan peradaban. Budaya adalah salah satu kunci untuk menumbuhkan sikap etis dalam bertindak juga kepribadian yang beradab dan berkarakter.

Di Indonesia terdapat beragam suku yang mempunyai ribuan kearifan tradisional bermakna mendalam. Dalam kehidupan berbudaya tentu mempunyai aturan dalam bertingkah laku, di Luwu sendiri mempunyai tatanan adat yang disebut pangadarang ([Teng & Hasyim, 2020](#)). Tatanan adat ini mempunyai kearifan tradisional religius dan senantiasa memaknai keselarasan hidup antara Manusia, Tuhannya dan Alam. Tatanan adat Pangadarang terdiri dari 5 subsistem yaitu: Ade'(adat), Bicara (Peradilan), Rapang (Undang-Undang), Wari (Aturan Kemasyarakatan), Sara' (Hukum Islam). Kelima subsistem ini berperan penting dalam memelihara, menjaga, mengaktualisasikan dan melestarikan nilai-nilai kearifan lokal dan hukum adat ([Sulaiman et al., 2021](#)). Sehingga melahirkan kaidah adat Luwu yang mengatakan bahwa "Pattuppui ri- Ada'E, Mu pasanrei ri-Syara'E" yang secara bebas dapat diartikan bahwa setiap tindakan dan kegiatan harus selalu didasari oleh Adat dan berlandaskan pada Syariat Agama Islam ([Saddam, 2020](#)).

Sekarang ini, kebanyakan masyarakat sudah alergi dengan bahasa-bahasa adat sehingga menjadikannya menutup ruang lingkup pemikiran terhadap turunan, maksud serta tujuan sosial dari bahasa-bahasa adat tersebut. Apabila kita membuka diri dan tidak mengkerdikan pemikiran-pemikiran kita terhadap perkataan adat, maka akan terkesan lebih baik sebab disetiap kearifan lokal adat tersebut terdapat alasan dan tujuan orang-orang terdahulu ketika menciptakan kalimat itu dengan makna dan tujuan yang baik. Orang-orang terdahulu sangat menjunjung tinggi nilai-nilai yang terkandung dalam tatanan budaya tersebut. Apabila dibandingkan dengan sekarang, hampir semua masyarakat lupa akan nilai-nilai positif yang terkandung dalam pangadarang. Anak remaja hingga dewasa sekalipun terlihat sangat asing dengan kata pangadarang ini. Sebab itulah konsep CSR ini perlu untuk di rekonstruksikan dengan nilai-nilai dalam pangadarang.

Berdasarkan latar belakang diatas maka, penelitian ini bermaksud untuk merekonstruksikan konsep CSR dengan basis kearifan lokal wija to Luwu melalui interpretasi yang mendalam akan makna dan kebijaksanaan lokal (local wisdom) yang terkandung di dalam sebuah tatanan adat masyarakat Luwu yang disebut Pangadarang sehingga dapat memberikan sudut pandang baru terkait konsep CSR. Ketertarikan terhadap penelitian ini dipicu oleh kesadaran akan pentingnya budaya lokal sekaligus berniat untuk membumikan kembali kearifan lokal wija to Luwu yang kini hampir punah. Sehingga untuk memecahkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini perlu dilakukan dengan desain penelitian kualitatif.

## METODE

83

Penelitian yang berkaitan dengan manusia, budaya dan agama adalah salah satu alasan mengapa paradigma interpretif menjadi paradigma yang tepat untuk penelitian ini (Darmayasa et al., 2015). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan makna kearifan lokal dalam *Pangadarang* masyarakat Luwu dan merekonstruksikan dengan konsep CSR. Pemilihan Luwu sebagai objek penelitian dikarenakan peneliti merupakan realitas dari *pangadarang* itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian etnografi. Metode etnografi berada dalam naungan paradigma interpretif yang didefinisikan oleh Molinowski Spradley (1997) dalam penelitian (Wijaya, 2018) sebagai metode yang digunakan oleh antropologi yang berfokus untuk mendeskripsikan suatu budaya dalam masyarakat. Perkembangannya menjadikan metode ini tidak lagi sebatas untuk mengungkapkan budaya masa lalu dalam kelompok tertentu, tetapi berkembang menjadi bagian dalam bidang sosiologi yang dapat menungkapkan kehidupan sosial pada masa kini. Spradley (1997) dalam penelitian (Wijaya, 2018) mendefinisikan ulang kebudayaan sebagai sistem pengetahuan yang diperoleh manusia dari proses belajar untuk menerapkan dan menyusun strategi sikap dan perilaku dalam menjalani kehidupan sehari-harinya. Metode ini bertujuan untuk menemukan dan menggambarkan pemikiran manusia termasuk pikiran sang peneliti. Metode ini dapat memaknai, mengkritisi dan merekonstruksikan konsep CSR dengan nilai-nilai budaya dalam *Pangadarang* Luwu (Tatanan Adat masyarakat Luwu) yang telah terasimilasi nilai-nilai Islam untuk memberikan sudut pandang baru terkait konsep CSR.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, studi kepustakaan dan interview secara mendalam (deep interview). Observasi dilakukan terhadap kearifan lokal yang terkandung dalam *Pangadarang*. Studi Kepustakaan dan studi dokumentasi dilakukan terhadap buku-buku, tulisan, jurnal ilmiah serta hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini. Interview dilakukan kepada tokoh budaya, dan salah seorang budayawan,

Penelitian ini akan menggunakan dua bentuk metode etnografi, yaitu yang pertama : Metode alur maju bertahap, metode tersebut bagian dari *Spradley* yang dikemukakan oleh Molinowski yang digunakan untuk analisis deskripsi dan pemaknaan CSR dalam budaya yang ada dalam *pangadarang*. Metode tersebut terdiri dari dua belas Langkah yaitu : a)Memilih informan; b)Mewawancarai informan; c)Membuat catatan etnografis untuk dianalisis; d)Mengajukan pertanyaan deskriptif; e)Melakukan analisis wawancara; f)Membuat analisis domain; g)Mengajukan pertanyaan struktural; h)Membuat analisis taksonomik; i)Mengajukan pertanyaan kontras; j)Membuat analisis komponen; k)Menemukan tema budaya dan; l)Membuat sebuah etnografi. Penelitian ini tidak menggunakan keduabelas tahap tersebut, namun tahapam tersebut dipilih sesuai dengan ketersediaan dan kebutuhan informasi saja. Metode ini hanya mampu memberikan deskripsi dan pemaknaan terhadap realitas praktik dari nilai-nilai *pangadarang*. sehingga dibutuhkan metode lainnya untuk merekonstruksikan nilai-nilai *Pangadarang* dalam konsep CSR

Metode yang kedua yaitu : Metode etnografi kritis inkulturatif digunakan untuk merekonstruksikan konsep CSR dengan budaya dan nilai-nilai yang ada dalam *pangadarang wija to Luwu*. Metode ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara praktik sosial dengan praktik budaya. Sehingga dalam penelitian ini menekankan pada rekonstruksi inkulturatif yang dimaksudkan untuk membangun konsep CSR yang dapat bermanfaat bagi masyarakat lokal. Metode ini terdiri dari tiga tahapan yaitu pada tahap pertama peneliti menerjemahkan terkait suatu budaya dengan budaya lain atau organisasi dengan organisasi lain sehingga pada tahap ini akan melalui proses akulturasi yang dapat mengidentifikasi nilai-nilai yang ada pada

masing-masing budaya atau organisasi. Pada proses tersebut dapat membantu peneliti untuk menemukan persamaan-persamaan dari keduanya. Pada tahap kedua yaitu tahap asimilasi yang terdiri dari tiga proses, yaitu: proses pemurnian manifestasi dari nilai-nilai tersebut, menerima hal baik dari proses pemurnian dan selanjutnya memberi makna baru kepada manifestasi dengan mengangkatnya kedalam nilai yang diharapkan. Tahap ketiga yaitu tahap transformasi yang merupakan tahap implementasi permanen dimana pada tahap tersebut didukung oleh proses asimilasi, apabila tahap sebelumnya berjalan dengan baik maka dapat memunculkan sebuah komunitas yang mempunyai kekhasan dinamis, terus menerus berkembang, tidak hanya dalam pengungkapan eksternal akan tetapi juga pada refleksi dari setiap diri anggotanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Evolusi CSR*

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970-an dan dipopulerkan oleh Jhon Elkington dengan kehadiran bukunya yang berjudul “*Cannibals With Forks: Tripple Buttom Line in 21st Century Business*” (1998). Elkington mengemas CSR dengan tiga fokus yang biasa dikenal sebagai *Tiple Bottom Line* (TBL) yang meliputi: *Profit*, *People* dan *Planet* atau disingkat 3P. Konsep ini menyeimbangkan perhatian korporasi terhadap keuntungan, masyarakat dan alam ([Rasyid & Nasution, 2021](#)) Sebuah perusahaan harus dapat memiliki kepedulian terhadap tanggung jawab sosialnya yaitu dengan memperhatikan lingkungan sekitarnya seperti alam masyarakat sekitar, tenaga kerja baik itu yang ada didalam maupun diluar perusahaan. Kondisi keuangan suatu perusahaan juga tidak cukup untuk memberikan pertahanan bagi perusahaan tersebut, untuk dapat bertumbuh dan berkelanjutan, suatu perusahaan perlu memperhatikan dimensi sosial dan lingkungannya ([Fahmi, 2019](#)).

Ada banyak definisi terkait CSR namun nyatanya tidak ada definisi standar terkait CSR. Hal ini diperkuat oleh ungkapan ([Ancok, 2005](#)) yang menyatakan bahwa pada sejatinya tidak ada definisi tunggal mengenai konsep tersebut, hal yang terpenting ialah dengan memegang teguh esensi dari CSR itu sendiri. Secara umum, CSR bertujuan untuk menyeimbangkan antara aspek Ekonomi sebagai tujuan utama dalam aktivitas bisnisnya, Lingkungan sebagai tempat melakukan kegiatan bisnis serta memperoleh sumber daya alam dan juga Sosial sebagai komuniti yang merasakan dampak dari kegiatan bisnis perusahaan. Selain itu, ([Ancok, 2005](#)) juga berpendapat bahwa CSR merupakan investasi sosial yang hasilnya akan dipetik perusahaan di masa mendatang. Perusahaan bertanggung jawab terhadap sosial, dan tanggung jawab tersebut juga seharusnya dijadikan sebagai bentuk investasi sosial yang dapat dilihat sebagai kegiatan charity dan juga sebagai pembangunan komuniti. Program pembangunan komuniti perlu dikembangkan oleh perusahaan di wilayah ketetanggaan adanya pabrik atau tempat aktivitas perusahaan yang bersangkutan agar masyarakat setempat dapat menerima manfaat dari kegiatan yang di implementasikan, selain itu sangat penting untuk memiliki pengalaman dan akademisi yang baik bagi perusahaan agar dapat berjalan dengan baik ([Hamidah, 2020](#)).

Aspek ekonomi, lingkungan dan sosial telah terangkum dalam konsep CSR yang dikemukakan oleh Elkington. Pada awalnya, Konsep *Tripple Bottom Line* lahir karena konsep lama yang bersifat kapitalis, yaitu *Corporate profit* sebagai *the bottom line*, yang telah menciptakan kerusakan bagi manusia dan alam. Pada akhirnya Elkington (1979) berinisiatif untuk menggantikan konsep lama sebagai bentuk upaya dalam mengurangi kerusakan tersebut yaitu, dengan simbol baru berupa konsep *Tripple Bottom Line* yang berorientasi pada *Profit*, *People*, dan *Planet*. Namun konsep tersebut dinilai masih belum sempurna, karena dinilai masih

bersifat duniawi. Konsep tersebut kemudian dikembangkan oleh Triyuwono, (2016) yang memunculkan konsep baru yaitu “*Pentuple Bottom Line*” yang berorientasi pada *Profit, People, Planet, Prophet* dan *God*. Konsep ini mengungkapkan bahwa bisnis selayaknya dilakukan dalam rangka bertaqwa kepada Allah (God) dengan melakukan aktivitas ibadah yang menyejahterakan perusahaan (*Profit*), alam (*Planet*), dan Manusia (*People*) dengan cara-cara yang dilakukan oleh Nabi Muhammad (*Prophet*).

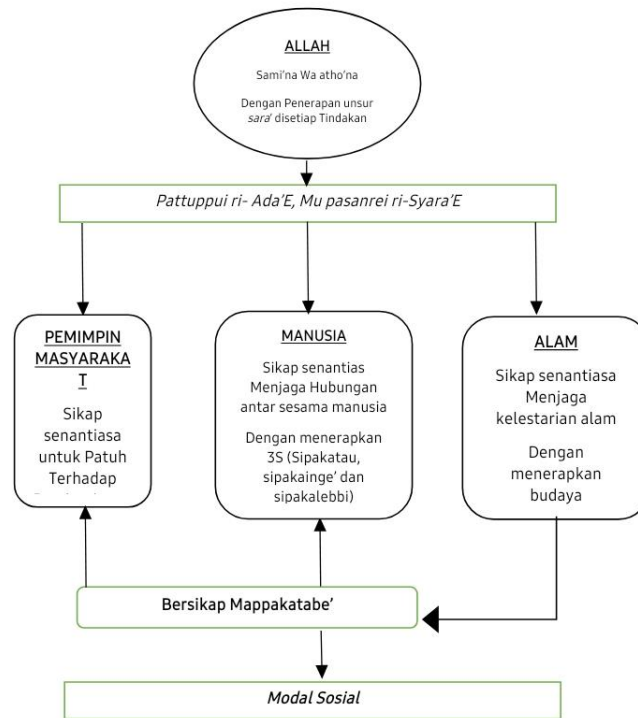
Konsep PBL berangkat dari pemahaman tentang manusia yang merupakan wakil Allah di bumi, sebagaimana yang dinyatakan dalam Qs.Al-Baqarah ayat 30 yang mengatakan bahwa Allah hendak menjadikan manusia sebagai khalifah dimuka bumi ini yang mana tugasnya adalah menyebarkan rahmat bagi seluruh umat manusia dan alam. Maka dari itu sebuah entitas bisnis dimaksudkan sebagai alat yang diciptakan manusia sebagai khalifah Allah di bumi untuk menyejahterakan entitas bisnis itu sendiri, alam serta manusia dengan berpedoman pada syariat Nabi untuk mendapatkan kedudukan yang mulia di sisi Allah SWT. Penelitian (Badria et al., 2021) menjelaskan bahwa PBL ini merupakan hasil dekonstruksi dari konsep TBL yang memperluas wilayah tanggung jawab perusahaan, tidak terfokus untuk memaksimalkan keuntungannya saja namun juga perlu memperhatikan manusia dan alam serta menjadikan dunia sebagai satu kesatuan dengan Tuhan dan makhluk hidup.

Pengembangan konsep CSR tidak berhenti disitu saja, (Rismawati (2019) lanjut menyajikan simbol baru melalui buku yang berjudul “*Corporate Spritual Responsibility*” mengaggas konsep CSR Ber-Tuhan”. Dalam bukunya menyajikan makna CSR yang mengaggas bahwa “tanggung jawab perusahaan untuk hidup dan menghidupi dirinya, manusia dan alam semsta dalam aktivitas bisnis yang berakhlakul karimah sebagai jalan kembali serta wujud kecintaan kepada Allah SWT”. Hal ini berlandaskan pada Al-Qur’an surah Al-ma’un yang merupakan landasan gerakan Muhammadiyah, dalam surah tersebut menegaskan bahwa kecelakaan akan menimpa orang-orang yang melaksanakan shalat namun mereka lalai pada substansi shalat yang sesungguhnya seperti bersikap kasar kepada anak yatim dan enggan memberi bantuan kepada orang miskin (Rismawati, 2019). Dalam konsep CSR ini menjelaskan bentuk tanggung jawab sosial yang bersumber pada wahyu Tuhan dalam QS.Al-Maun sebagai satu perintah untuk menyeimbangkan ibadah ritual dengan ibadah sosial, salah satu bentuknya yaitu dengan berperilaku baik kepada orang yang tidak berdaya baik itu dhuafa maupun mustadafin dengan keimanan, dan bersifat welas asih dengan tidak menjadikan ibadah sebagai media untuk pamer atau riya’.

Seiring dengan perkembangan konsep CSR tersebut, beberapa penelitian tentang konsep CSR berbasis budaya juga bermunculan seperti penelitian (Werasturi, 2017) berjudul “*Konsep Corporate Social Responsibility berbasis Catur Purusa Artha*” yang memberikan Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa CSR merupakan bentuk pelaksanaan *dharma* dengan berlandaskan kama untuk mencapai sebuah *moksa*. Konsep ini memberikan rasa keadilan, stimulasi kepatuhan, nilai spiritualitas, dan juga rasa cinta terhadap diri sendiri, orang lain, makhluk hidup, lingkungan dan Tuhan. Tidak hanya itu, masih banyak penelitian CSR berbasis budaya lainnya seperti penelitian (Manikam Apriliani, 2018) yang berjudul “*Falsafah Kesenian Tanjidor Pada Pelaksanaan Corporate Social Responsibility*”, penelitian (Rosilawati, 2019) dengan judul “*Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Program Corporate Social Responsibility*”.

CSR berbasis kearifan lokal adalah kegiatan yang dapat dipengaruhi, berakar, dan sesuai dengan kearifan lokal masyarakat di sekitar kawasan program CSR dijalankan, dan sangat memungkinkan untuk dikembangkan oleh masyarakat setempat. Maka dari itu, perusahaan perlu untuk berpegang pada kearifan lokal masyarakat disetiap perencanaan program CSR. (Rismawati, 2015)

**Rekonstruksi CSR Berbasis Pangadarang**



**Gambar 1.**  
Konsep CSR Berbasis Pangadarang

Indonesia adalah negara kepulauan yang mempunyai beragam sistem adat budaya nusantara dan sangat berkaitan erat dengan tata cara dalam berperilaku. Kearifan lokal merupakan salah satu daya dan upaya masyarakat lokal untuk menjaga lingkungan alam dan sosial ekonominya agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat itu sendiri tanpa merusak kelestarian dan keseimbangan lingkungan dan keharmonisannya. Di dalamnya mengandung banyak ungkapan dan perilaku yang memuat nilai-nilai luhur dan penuh kearifan dan muncul di tengah-tengah masyarakat lokal sebagai upaya dalam memberikan jawaban atas permasalahan hidup. Salah satu tatanan adat yang mempunyai sejuta nilai kearifan lokal adalah *Pangadarang wija to Luwu*.

*Wija/bija* sama dengan turunan atau anak-anak negeri. Berarti jika dikatakan *wija to Luwu* maka artinya anak-anak Luwu. *Wija to Luwu* merupakan sebutan bagi mereka yang merasa sebagai bagian dari Luwu. Andi Salolipu berkata “*Anak-anak luwu itu ada anak yang lahir memang dari orang tua yang keduanya dari luwu, tetapi ada juga dikatakan orang luwu itu bisa memakai kata wija to luwu ketika dia 3 hari 3 malam telah tinggal di Luwu, sudah makan, minum, berbuat, berfikir untuk kemaslabatan orang banyak di Luwu, maka to Luwu yaro*”. Ungkap salah seorang pakar budaya Luwu tersebut merupakan pengakuan dari salah satu datu Luwu.

Luwu adalah kerajaan tertua di Sulawesi Selatan yang mempunyai mahakarya yang ditulis dalam huruf *Lontara* dengan bahasa bugis kuno sekitar abad XIV yang dinamai *Sureq La Galigo* kemudian disalin ulang oleh *Colli' Puji'e Arung Pancana Toa* sebanyak 12 jilid yang kini tersimpan rapi di Perpustakaan *Universitas Leiden Belanda*. Karya ini dijuluki sebagai sastra terpanjang di dunia, mengalahkan *Epos Ramayana*. Sebelum datangnya islam, masyarakat bugis telah menerapkan sistem serta tatanan nilai yang sangat kental. pada masa pra islam, tatanan



hidup masyarakat bugis yang berkaitan dengan kepercayaan, pemerintahan hingga kemasyarakatan di rangkum dalam Pangadarang (Aziz, 2019). Hal tersebut dibenarkan oleh salah satu informan, beliau berpendapat bahwa “Ada keterkaitan antara sureq la galigo dengan pangadarang karena kenapa? Dalam la galigo kita ketahui bersama bahwa cukup banyak hal-hal yang terkait dengan sifat-sifat yang perlu dicontohi, dan itu sangat tergambar dalam setiap bait-bait yang termaksud dalam sureq I la galigo. Jadi sangat tergambar dalam setiap kalimat dan bait yang termaksud dalam kitab sureq I la galigo itu ada sifat-sifat pangadarang atau adat istiadat yang berlaku di dalam masyarakat”.

Pangadarang merupakan salah satu kearifan lokal dari Lontara dan paopao rikadong, dan melahirkan sejumlah nilai-nilai budaya dan kearifan lokal yang juga sering menjadi materi nasehat seperti nilai-nilai Adele (keadilan), Lempu-alempureng (lurus, kejujuran), Tongeng (kebenaran), Siri' (harga diri), Passe (perikemanusiaan, empati), Sipakatau (memanusiakan sesama), Sipakalebbi (saling memuliakan), Sipakainge (saling mengingatkan) dan masih banyak lagi nilai-nilai lainnya. Menurut salah satu pakar budaya Luwu “Pangadarang adalah tatanan, aturan perilaku yang berlaku dan telah disepakati segala aturannya di tempatnya masing-masing. Pangadarang merupakan sebuah aturan-aturan yang mengarahkan manusia agar tetap berada dalam sebuah jalur keseimbangan yang tentunya mengarahkan manusia untuk jauh lebih baik dari tatanan sebelumnya. Bisa dikatakan bahwa pangadarang ini sebagai tatanan manusia yang bermartabat dalam ber-hablum minannas (Berhubungan baik dengan sesama manusia)”. Dapat dikatakan bahwa pangadarang merupakan pedoman hidup masyarakat Luwu yang dapat memberikan petunjuk menuju ke arah yang lebih baik guna untuk menjadikannya menjadi manusia yang bermartabat serta senantiasa ber-hablum minannas. Informan lainnya juga berpendapat bahwa “Dalam sebuah masyarakat sangat perlu ada yang disebut adat istiadat. Adat inilah yang berlaku didalam sebuah masyarakat dan ini akan menjadikan masyarakat itu berbudaya, berkarakter, dan tentunya menjadi modal utama dalam setiap aktivitasnya sehingga masyarakat itu dapat dikatakan memiliki adat dan budaya”.

Pangadarang pada awalnya terdiri atas empat subsistem yaitu : Ade' (adat), Bicara (Peradilan), Rapang (Undang-undang) dan Wari (Aturan Kemasyarakatan). Kearifan lokal dan hukum adat di tanah Luwu tetap diterapkan hingga masuknya islam pada abad XVII. Kehadiran islam di Luwu justru semakin memperkuat dan memperkaya nilai-nilai kearifan budaya lokal Wija to Luwu dengan dimasukkannya unsur Sara' (Hukum islam) ke dalam subsistem pangadarang sehingga menjadikan hukum adat dan hukum islam bercampur menjadi satu dan membentuk filosofi penentu dalam pengambilan sikap dan pola dalam bertingkah laku yaitu : Mappattuppui ri ada-e (Bertumpuh kepada adat), dan Mappasanre ri sara-e (menyardarkan perbuatan kepada syariat islam) (Sulaiman & Ilyas, 2021).

Andi Salolipu mengatakan bahwa “Tatanan hukum adat ini mengajarkan kita tentang bagaimana cara menyeimbangkan, membaca simbol-simbol, tanda-tanda, maksud dan tujuan dari perilaku-perilaku. Misalnya perilaku adat menyatakan bahwa perilaku-perilaku kita mappakkatabe' mengajarkan kita untuk selalu permisi. Perilaku-perilaku yang baik maka ia adalah ikatan adat yang baik (to maballo ada'na yae), akan tetapi perilaku yang buruk menjadikan adatnya menjadi buruk”. Artinya bahwa pangadarang ini berusaha untuk memberikan pembelajaran tentang segala simbol, tanda, tujuan dan maksud dari setiap perilaku. Salah satu perilaku adat yaitu senantiasa mappakatabe', bermaksud untuk senantiasa selalu permisi disetiap tindakan, hal ini sebagai salah satu upaya dalam menjaga nama baik adat seseorang. Seperti itulah yang harus dibaca, arifi dan lakukan untuk menyeimbangkan sistem kehidupan di alam semesta ini. Perlu dipahami bahwa di dunia ini, ada yang hidup, ada yang bergerak, ada yang tidak bergerak. Ada lahirnya dan ada rohaninya. Hal tersebut bisa terlihat atas keberadaan kita di alam semesta ini. Pada dasarnya, hal seperti ini terlihat sangat jelas namun kebanyakan dari kita tidak peka terhadap itu dan selalu terkungkung dalam konteks bahasa saja padahal penerapannya jauh lebih meluas.

Bapak Udiy menyampaikan pendapatnya mengenai penerapan *pangadarang* saat ini di masyarakat, beliau mengungkapkan bahwa “*Pangadarang ini apabila dilihat dari jaman orang tua dahulu sangat kental, dengan adanya adat istiadat. Masyarakat sangat menjunjung tinggi sikap-sikap yang tentunya sangat luar biasa sekali. Namun apabila melihat jaman sekarang otomatis ada pergeseran nilai dari pangadarang itu sendiri dikalangan masyarakat yang sudah berada di zaman now atau jaman IT. zaman inilah yang merubah sedikit atau mengalami pergeseran sehingga masyarakat itu sibuk dengan kegiatan-kegiatan yang melibatkan dunia IT sehingga budaya-budaya yang terpatri dari orang-orang terdahulu yang sipakatau, sipakainge’ sipakalebbe itu saat ini hampir tidak terjadi lagi ditengah-tengah masyarakat*”. Pernyataan ini menjadikan budaya *pangadarang* sangat perlu diterapkan atau ditumbuh kembangkan Kembali ditengah-tengah masyarakat sehingga masyarakat sekarang bisa ikut berbudaya dengan sikap-sikap yang baik dan tentunya akan memberikan dampak yang positif terhadap kemajuan zaman. Hal ini dapat diwujudkan melalui penerapan nilai-nilai *pangadarang* ini dalam konsep CSR.

Hasil wawancara yang didukung oleh kajian literatur menunjukkan bahwa CSR dalam konsep *pangadarang wija to Luwu* menekankan pada aspek ketuhanan dan budaya. Kedua aspek inilah yang akan melahirkan sikap yang senantiasa menjaga hubungan antar sesama manusia, sikap yang senantiasa menjaga lingkungan sekitar, sikap patuh terhadap pemimpin. Tatanan adat dalam *pangadarang* mengajarkan tentang sikap-sikap tersebut, seperti nilai *sipakatau* (Saling menghargai), *sipakainge* (Saling mengingatkan), dan *sipakalebbe* (Saling menghormati) mengajarkan tentang bagaimana menjaga hubungan antar sesama manusia, budaya *makkasimiang* sebagai quality control dalam menjaga dan melestarikan alam serta budaya *mappakatabe’* menggambarkan adat sopan santun atau sikap yang menunjukkan rasa hormat terhadap orang yang lebih tua atau orang petinggi seperti pemimpin.

Manusia tidak boleh lupa akan kuadratunya sebagai makhluk ciptaan tuhan, sebagai hamba yang beriman tentu sikap *sami’na wa atbo’na* adalah kunci dasar disetiap tindakannya. Seorang hamba sudah semestinya untuk taat kepada sang penciptanya sebagai bentuk penghambaan terhadap Tuhannya. Allah telah menurunkan Al-Quran sebagai wahyu nabi Muhammad SAW untuk dijadikan pedoman ummat Islam dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Kaidah adat Luwu yang mengatakan bahwa “*Pattuppui ri- Ada’E, Mu pasanrei ri-Syara’E*” menunjukkan bahwa masyarakat Luwu sangat menjunjung tinggi nilai-nilai islam. Unsur *sara’* dalam *pangadarang* menuntut kita untuk senantiasa berpedoman pada syariat islam. Jika dalam sebuah budaya terdapat hal yang menyimpang dari ajaran islam maka hal tersebut bisa ditinggalkan atau diperbaharui dengan makna yang baru. Maksudnya jika terdapat tindakan yang ada dalam suatu budaya itu menyimpang dari syariat islam, maka tindakan tersebut bisa digantikan dengan tindakan yang baru dengan makna yang sesuai dengan syariat islam. Hal tersebut menekankan bahwa konsep CSR berbasis *Pangadarang* ini mengarahkan perusahaan untuk senantiasa menyandarkan segala aktivitasnya pada syariat islam dan selalu menumpuhkan dengan adat.

Inti dari konsep CSR ialah untuk menyeimbangkan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Dalam aspek sosial, perusahaan dituntut untuk senantiasa menjaga hubungan sosialnya dengan memberdayakan masyarakat sekitarnya. Perusahaan merupakan sekelompok individu atau makhluk sosial. Pada dasarnya manusia sebagai makhluk sosial harus bisa menghargai satu sama lain, dalam *pangadarang wija to Luwu* mengajarkan untuk selalu *sipakatau*, (Saling menghargai), *sipakainge* (Saling mengingatkan) dan *sipakalebbe* (Saling menghormati). Perilaku tersebut merupakan kunci dalam kehidupan tatanan sosial wija to Luwu. ***Sipakatau*** mengajarkan kita untuk saling menghargai satu sama lainnya dalam artian yang muda menghargai yang tua, yang tua menyayangi yang muda. ***Sipakainge*** mengajarkan kita untuk senantiasa saling mengingatkan, apabila seseorang melakukan kesalahan atau keliru

terhadap sesuatu maka sudah kewajiban manusia lainnya untuk mengingatkan. *Sipakalebbi* mengajarkan kita untuk saling memuliakan.

89

Merujuk pada aspek CSR, ketiga nilai tersebut dapat menjadi acuan perusahaan dalam menjalin hubungan sosialnya. Nilai-nilai tersebut mengajarkan perusahaan untuk senantiasa saling menghargai, mengingatkan dan menghormati antar sesama. Baik itu dengan orang yang ada di lingkungan internalnya maupun yang ada di lingkungan eksternalnya. Selain menghargai budaya masyarakat setempat, penerapan nilai-nilai tersebut juga akan memberikan penilaian baik dari masyarakat setempat sehingga dapat menjadi modal sosial bagi perusahaan. Dalam perwujudan nilai *sipakatau* perusahaan harus dapat melibatkan masyarakat sekitar di setiap tindakan bisnisnya yang dapat berdampak pada masyarakat sekitar sebagai bentuk menghargai antar sesama. Agar dapat menjalin hubungan yang baik perlu adanya nilai *sipakainge* antara perusahaan dan masyarakat lokal, artinya perusahaan harus bisa menerima kritikan dari masyarakat dan juga sebaliknya. Apabila kedua nilai tersebut dapat diterapkan dengan baik maka akan menimbulkan nilai *sipakalebbi* yang akan mendorong untuk senantiasa saling memberi, saling mengasihi serta saling membantu. Nilai tersebut mendorong perusahaan untuk senantiasa peduli dengan masyarakat sekitarnya dengan bantuan program yang dapat bermanfaat bagi masyarakat. Keterlibatan masyarakat juga akan mampu memberikan informasi terkait kebutuhan masyarakat sehingga kegiatan yang disusun dalam program CSR tersebut bisa tepat sasaran.

Konsep CSR juga bertujuan untuk menyeimbangkan aspek lingkungan. Selain menjaga hubungan baik dengan sesama, manusia juga berkewajiban untuk menjaga alam semesta tempat mereka hidup. Seperti yang dilakukan oleh masyarakat Luwu dahulu, salah satu cara mereka menjaga alam adalah melakukan budaya *makkasiviang* sebelum memanen hasil lahannya. Sebagian orang mengartikan budaya *makkasiviang* sebagai persembahan peti ke raja/pemangku adat atau kepala desa. Namun fakta sebenarnya budaya ini harus dilakukan sebagaimana makna dari sebuah quality control dalam berperilaku. Dulunya, masyarakat di daerah terpencil yang mempunyai tatanan adat yang baik pasti akan menjaga ekosistem dan keseimbangan alamnya. Seperti contohnya dalam hal hasil perkebunan, Luwu dikenal dengan buah-buahannya, mengapa terkenal? Karena adanya penerapan *makkasiviang*. Artinya terdapat *control social* yang baik, orang yang memetik buah-buahan diperkebunanya tidak serta merta langsung memanen. Akan tetapi mereka akan memetik beberapa buah saja, kemudian dibawa ke pemangku adat yang biasa disebut sebagai *Tomakaka* untuk dicoba. Jika buahnya masih belum layak untuk dipanen maka *tomakaka* akan memberikan saran berupa asumsi kapan buahnya layak untuk dipanen. Pada saat panen maka sebagian hasil panen akan disisihkan untuk dibawa ke istana, dan selebihnya lagi akan dijual.

Hasil dari budaya tersebut yaitu terjadinya sebuah hasil buah-buahan yang mempunyai kualitas rasa yang enak. Jika dibandingkan dengan sekarang ini buah-buahan yang masih berbunga sekalipun sudah diperjual belikan. Lantas apa yang akan terjadi apabila hal tersebut tidak disertai dengan kualitas control? Kualitas buah-buahan yang dihasilkan tidak akan maksimal sebab tidak adanya *makkasiviang* yang menjadi sarana dari kualitas kontrol tersebut menjadi punah. Selain itu dari budaya *makkasiviang* ini, hasil panen masyarakat bisa dirasakan oleh pemimpin masyarakat sehingga para pemimpin-pemimpin yang baik tentu akan turut mendoakan dan memberikan kualitas kontrol yang baik berupa asumsi kapan waktu yang tepat untuk panen hasil lahan masyarakatnya. Manusia yang taat dengan pemimpin yang baik dan benar maka akan menghasilkan buah yang berkualitas. Hal ini merupakan salah satu bentuk keseimbangan dalam hal menjaga alam semesta ini. Dalam budaya ini, perusahaan dituntut untuk senantiasa memperhatikan setiap tindakanya dalam mengelola alam. Apabila hendak melakukan kegiatan bisnis yang berhubungan dengan alam, baik itu mengambil hasil

bumi, membuang limbah hasil produksi ataupun tindakan lainnya yang dapat merusak alam. Maka, perusahaan harus meminta izin kepada pemimpin dan masyarakat setempat. Selain sebagai bentuk perwujudan dari nilai *sipakatau*, tindakan tersebut juga dapat menjadi kontrol dalam mengelola alam. Agar perusahaan tidak semenah dalam mengambil, mengelola atau bahkan sampai merusak alam sekitar.

Selain itu, masyarakat Luwu sangat menjunjung tinggi budaya *mappakatabe'* yang mengajarkan untuk santun dan hormat terhadap orang yang lebih tua atau orang-orang yang mempunyai kedudukan lebih tinggi seperti pemimpin adat, pemimpin masyarakat dan lain sebagainya. Dalam hal ini tidak hanya sebatas bentuk penghormatan terhadap orang yang lebih tua atau orang yang di tuakan, tetapi budaya tersebut juga mengajarkan saling menghargai dan mengasihi dalam artian bahwa bahwa yang muda menghormati yang lebih tua dan yang lebih tua mengasihi yang lebih muda. Tergambar bahwa budaya ini juga mengedepankan perilaku dari nilai-nilai *Sipakatau*, *sipakainge'* dan *sipakalebbi*.

Apabila dikaitkan dengan implementasi CSR, maka perusahaan dituntut untuk selalu menjunjung tinggi nilai dalam tatanan sosial yang seharusnya dipegang teguh *wija to Luwu* yaitu nilai *sipakatau*, *sipakainge'* dan *sipakalebbi*. Selain itu, dalam hal menjaga kelestarian lingkungan sekitar perusahaan dituntut untuk menerapkan budaya *makkasimiang* dalam menjaga alam sekaligus memberi kualitas control terhadap segala tindakan yang berhubungan dengan alam. Salah satu contoh sikap yang harus dilakukan perusahaan yaitu bagi perusahaan yang mengelola sumber daya alam berupa pohon atau tumbuhan lainnya harus selalu melibatkan pemimpin masyarakat atau pemimpin adat dalam aktivitas tersebut. Selain bertujuan untuk memberikan hasil yang berkualitas, perilaku ini juga sebagai bentuk penerapan sikap *mappakatabe'* terhadap pemimpin masyarakat. Dampak dari aktivitas perusahaan akan dirasakan langsung oleh masyarakat yang ada disekitarnya, untuk itu dalam penerapan budaya *makkasimiang* ini tidak hanya melibatkan pemimpin masyarakat, tetapi perlu juga untuk melibatkan masyarakat sekitar sebagai salah satu bentuk penerapan nilai *sipakalebbi*.

Apabila perusahaan dapat menerapkan nilai dan budaya tersebut maka perusahaan akan mendapat kepercayaan dari masyarakat sekitar sehingga mendorong mereka untuk mendukung segala aktivitas bisnis perusahaan. Hal ini memungkinkan bagi perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilan dalam aspek ekonominya. Tindakan tersebut merupakan salah satu bentuk upaya dalam memperoleh modal sosial yang dapat mendatangkan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri di masa yang akan datang.

## SIMPULAN

*Pangadarang* adalah tatanan adat yang menjadi pedoman bagi *wija to luwu* ketika bertingkah laku. Di dalamnya mengandung prinsip "*Pattuppui ri- Ada'e, Mu pasanrei ri-Syara'e*" yang mengarahkan untuk selalu *sami'na wa atho'na* terhadap perintah Allah sebagai sang pencipta dan selalu memegang teguh nilai-nilai kearifan lokal guna untuk menjadikan manusia sebagai insan yang bermartabat dan senantiasa *ber-hablum minannas*. Pentingnya konsep CSR berbasis kearifan lokal menjadikan *pangadarang* ini perlu untuk diterapkan dalam implementasi CSR di perusahaan guna untuk melestarikan kembali kearifan lokal yang kini hampir punah. Dalam penerapannya perusahaan harus senantiasa mengedepankan tatanan kehidupan sosial masyarakat Luwu dengan menerapkan nilai-nilai *sipakatau* (*saling menghargai*), *sipakainge'* (*saling mengingatkan*), serta nilai *sipakalebbi* (*saling menghormati*). Hal tersebut bertujuan untuk menyeimbangkan aspek sosial perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat lokal. Selain itu untuk menyeimbangkan aspek lingkungannya, perusahaan juga harus menerapkan budaya *makkasimiang* disetiap aktivitas bisnisnya yang

dapat berdampak langsung di lingkungan sekitar guna untuk memberikan kualitas kontrol dalam pengelolaan alam dan juga sebagai salah satu bentuk penerapan budaya *mappakatabe'* dan nilai *sipakalebbi*. Apabila perusahaan dapat menerapkan nilai dan budaya tersebut maka perusahaan akan mendapat kepercayaan dari masyarakat lokal sehingga mendorong mereka untuk mendukung segala aktivitas bisnis perusahaan. Hal ini memungkinkan bagi perusahaan untuk dapat mencapai keberhasilan dalam aspek ekonominya. Sebab tindakan tersebut merupakan salah satu upaya dalam memperoleh modal sosial yang mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang.

Tatanan adat *pangadarang* mengandung banyak kearifan lokal, tidak menutup kemungkinan didalamnya terdapat kearifan lokal yang berhubungan tentang konsep CSR. penafsiran CSR sebagai budaya *pangadarang* dalam penelitian ini sesuai dengan konsep CSR yang telah ada, sehingga pembahasan penelitian ini hanya membahas sebagian besar dari nilai *pangadarang* saja. Dengan keterbatasan ini, penelitian selanjutnya dapat memberikan sudut pandang yang lebih luas akan konsep CSR *pangadarang* ini, sehingga nilai-nilai dalam *pangadarang* bisa ditumbuhkembangkan kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (2005). *Investasi Sosial*. Pusat Penyuluhan Sosial (PUSPENSOS) Departemen Sosial RI.
- Aziz. (2019). *Nilai-Nilai Kearifan Lokal Lumu Dalam Pendidikan Anti Korupsi Di Madrasa Aliyah Negeri Palopo*.
- Badria, N., Sukoharsono, E. G., & Purwanti, L. (2021). Business sustainability and pentuple bottom line: Building the hierarchical pyramid of the pentuple bottom line. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 10(3), 123–131. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i3.1156>
- Darmayasa, I. N., & Aneswari, Y. R. (2015). Paradigma Interpretif pada Penelitian Akuntansi Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(3), 350–361. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.12.6028>
- Dinar et al. (2022). Budaya Malaqbiq di Tampo Manakarra dalam Penerapan Corporate Social Responsibility ( Studi Kasus pada PT Rekind Daya Mamuju ) Abstrak. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 403–415. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i1.1515>
- Djufri, Wilestari, M., & Molina. (2022). Corporate Social Responsibility in Indonesia: A Transformation of Local Wisdom Perspectives. *ENDLESS: International Journal of Future Studies*, 5(1), 262–277. <https://doi.org/10.54783/endllessjournal.v5i1.59>
- Fahmi, M. (2019). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(1), 26–39. <https://doi.org/10.30596/jrab.v19i1.3322>
- Hamidah, A. dan. (2020). Hamidah 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(10), 2698–2712.
- Hsu, Y., & Bui, T. H. G. (2022). Consumers' Perspectives and Behaviors towards Corporate Social Responsibility—A Cross-Cultural Study. *Sustainability (Switzerland)*, 14(2). <https://doi.org/10.3390/su14020615>

- Indah, R. N., & Rohmah, G. N. (2022). Indonesian Local Wisdom: State of the Art. *Proceedings of the International Symposium on Religious Literature and Heritage (ISLAGE 2021)*, 644(Islage 2021), 254–259. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220206.032>
- Manikam Apriliani, M. W. A. (2018). Falsafah Kesenian Tanjidor Pada Pelaksanaan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(2), 377–393. <https://doi.org/10.18202/jamal.2018.04.9023>
- Mostepaniuk, A., Nasr, E., Awwad, R. I., Hamdan, S., & Aljuhmani, H. Y. (2022). Managing a Relationship between Corporate Social Responsibility and Sustainability: A Systematic Review. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18), 1–23. <https://doi.org/10.3390/su141811203>
- Pratiwi, S. (2022). Definisi CSR , Prinsip-Prinsip CSR Dan Penerapan CSR Dalam Perusahaan. *Pusdansi.Org*, 2(4), 1–9.
- Rasyid, A., & Nasution, B. (2021). Effects of corporate social responsibility communications on community empowerment in Pekanbaru. *Linguistics and Culture Review*, 6(July), 12–23. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns3.1900>
- Rismawati. (2015). Memaknai Program Corporate Social Responsibility: Proses Transformasi Sosial Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(2), 245–253. <https://doi.org/10.18202/jamal.2015.08.6020>
- Rismawati. (2020). *Konsep Coporate Spiritual Responsibility Menggagas Konsep CSR Ber-Tuhan*. Rajawali Pers.
- Rosilawati, et al. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1215. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.426>
- Saddam. (2020). *Tradisi Massorong Tello Nelayan di Kelurahan Panjalae Kecamatan Wara Timur Kota Palopo* (p. 64).
- Saleh, M., Kamal, H., Ruslam, M.H., Jerianto., T. (2019). Implementing Values Of Local Wisdom In Managing The Budgets Of Rural Financing At Poringan Village In West Suli District Of Luwu Regency. In [download.garuda.kemdikbud.go.id](http://download.garuda.kemdikbud.go.id). <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=973279&val=6335&title=IMPLEMENTING VALUES OF LOCAL WISDOM IN MANAGING THE BUDGETS OF RURAL FINANCING AT PORINGAN VILLAGE IN WEST SULI DISTRICT OF LUWU REGENCY>
- Shahzad, F., Baig, M. H., Rehman, I. U., Saeed, A., & Asim, G. A. (2022). Does intellectual capital efficiency explain corporate social responsibility engagement-firm performance relationship? Evidence from environmental, social and governance performance of US listed firms. *Borsa Istanbul Review*, 22(2), 295–305. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.05.003>
- Sulaiman, B., & Ilyas, I. (2021). Otonomisasi Kearifan Lokal Dan Hukum Adat Dalam Otonomi Daerah: Studi Di Luwu Raya. *Law Journal of Mai Wandeu*. <http://journal.wandeu.org/index.php/ljmw/article/view/28>
- Susanto, Y. K., Rudyanto, A., & Rahayuningsih, D. A. (2022). Redefining the Concept of Local Wisdom-Based CSR and Its Practice. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19). <https://doi.org/10.3390/su141912069>
- Teng, M. B. A., & Hasyim, M. (2020). The philosophy of kajaolaliddong: A basic pattern of

life and culture in bugis and makassar. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12), 1548–1552.  
<https://doi.org/10.31838/srp.2020.12.227>

---

**93** Werasturi, D. (2017). Konsep Corporate Social Responsibility Berbasis Catur Purusa Artha. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 319–335.  
<https://doi.org/10.18202/jamal.2017.08.7057>

Wijaya, H. (2018). Fundamental of Qualitative Research. *Research Gate, March*, 1–9.  
<https://www.researchgate.net/publication/323557072>

Wiranata, I. G. A., & Rusmawati, D. E. (2022). Implementation of Corporate Social Responsibility (Case Study on Village Credit Institutions in Bali Province). *Scholars International Journal of Law, Crime and Justice*, 5(3), 101–107.  
<https://doi.org/10.36348/sijlcrj.2022.v05i03.002>

Yusdiansyah, E. (2022). Corporate Social Responsibility Based On Prophetic Law In An Effort To Bring About.