

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah saja, setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangan pula faktor lingkungan hidup. Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi aspek keuangan, aspek sosial, dan aspek lingkungan biasa yang disebut *triple bottom line*. Sinergi dari tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Dan salah satu langkah untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan itu ialah dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Wacana tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin menjadi tren di kalangan pelaku usaha, baik ditingkat regional maupun global. Secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Semua itu tidak terlepas dari kenyataan bahwa suatu perusahaan tidak bisa hidup, beroperasi, dan bertahan serta memperoleh keuntungan tanpa bantuan dari berbagai pihak.¹

¹ Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Cet ke-2, h. 6.

Jadi CSR lebih menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas (*stakeholders*) daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan itu sendiri. CSR itu sendiri merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan pelanggan (*customers*), karyawan (*employers*), komunitas masyarakat, investor, pemerintah, dan pemasok (*supplier*) serta kompetitornya sendiri.²

Kewajiban atau tanggung jawab sosial dari perusahaan bersandar kepada keselarasan dengan tujuan (*objectives*) dan nilai-nilai (*values*) dari suatu masyarakat. Kedua hal tersebut merupakan dua premis dasar tanggung jawab sosial. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yang ditetapkan masyarakat.³

Hal tersebut sangat sesuai dengan tujuan CSR itu sendiri yaitu untuk pemberdayaan masyarakat menuju mandiri. Upaya perusahaan dalam meningkatkan peran mereka terhadap pembangunan kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan akan mendatangkan banyak manfaat. Salah satunya adalah mempertahankan atau meningkatkan reputasi dan *brand image* perusahaan. Inilah yang menjadi modal non finansial utama dan nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh berkembang.⁴

Kontribusi CSR merupakan kontribusi berkesinambungan terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan, yaitu bekerja sama dengan karyawan,

²*Ibid*

³ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*, (Jakarta, salemba empat, 2011), h. 2.

⁴ Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, (Gresik, Fascho Publishing, 2007), h.34.

keluarga mereka, dan komunitas lokal untuk memperbaiki kualitas hidup dengan cara-cara yang dapat diterima oleh bisnis.⁵

Fakta sekarang menunjukkan adanya korelasi positif antara perusahaan yang menerapkan CSR dalam aktivitas usahanya dengan apresiasi masyarakat. Oleh karena itu, penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai “*cost*” semata-mata, melainkan sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang bersangkutan. Selain tuntutan internal perusahaan itu sendiri, CSR juga tidak terlepas dari wujud pertanggungjawaban perusahaan atas dampak lingkungan sebagai aktifitas usahanya.

CSR memang tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek. Namun CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian apabila perusahaan melakukan program-program CSR diharapkan keberlanjutan perusahaan akan terjamin dengan baik. Oleh karena itu, program-program CSR lebih tepat apabila digolongkan sebagai investasi dan harus menjadi strategi bisnis dari suatu perusahaan.⁶

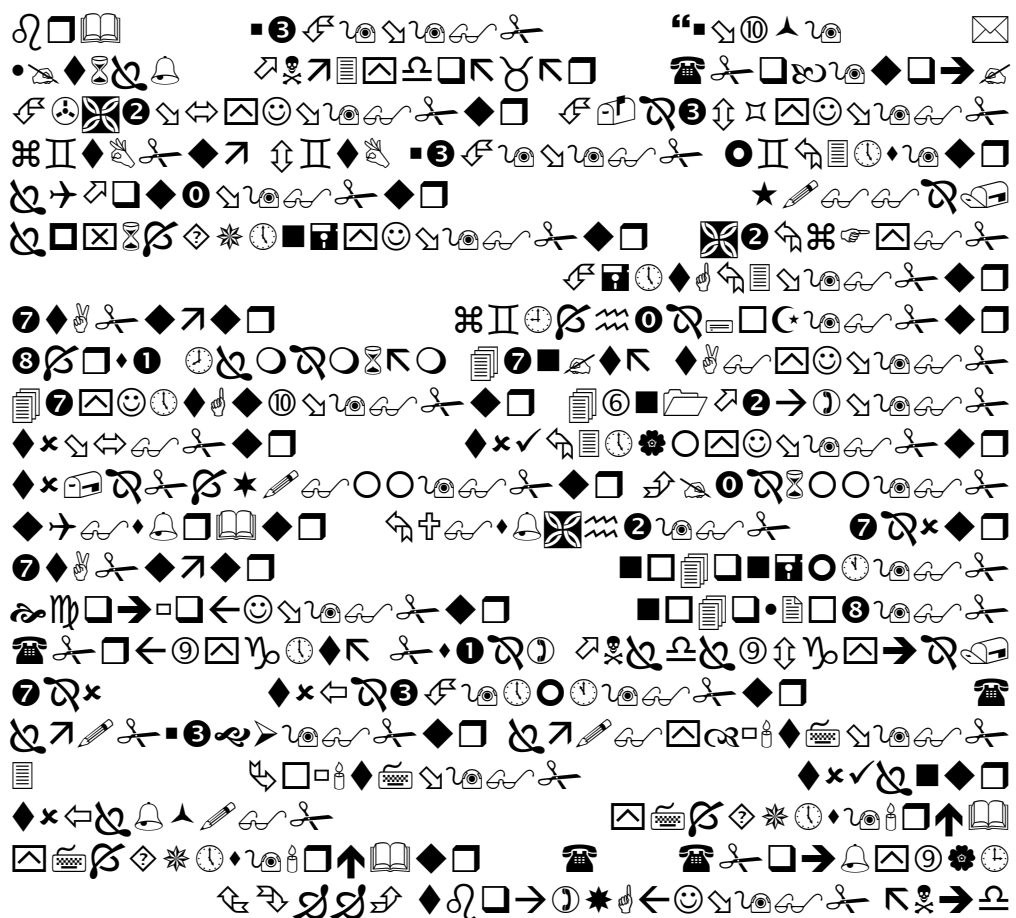
Program CSR untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, sehingga apabila perusahaan bisa maju dengan tetap menjaga hubungan dengan masyarakat dan lingkungan maka keberlanjutan perusahaan akan terjamin. Untuk dapat melaksanakannya, maka diperlukan kesungguhan dari pihak

⁵ Janico Alwendi, *skripsi*, Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap loyalitas nasabah tabungan BNI Taplus Syariah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah cabang Pekanbaru menurut Ekonomi Islam, 2012, h. 2

⁶ Busyra Azheri, *op.cit* h. 6

perusahaan karena dengan kesungguhan, selain reputasi dapat diraih, bisnis pun akan memiliki keberlanjutan yang lebih besar.⁷

Konsep CSR juga dibahas dalam ajaran Islam, pada hakekatnya mendasarkan pada filosofi dasar *Alqur'an*, sehingga menjadikan dasar bagi pelakunya dalam berinteraksi dengan lingkungan dan sesamanya. Hal ini berdasarkan pada Q.S. Al-Baqarah:177.



Artinya: “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan

⁷Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2009), Cet ke-1, h. 178

(memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa.”

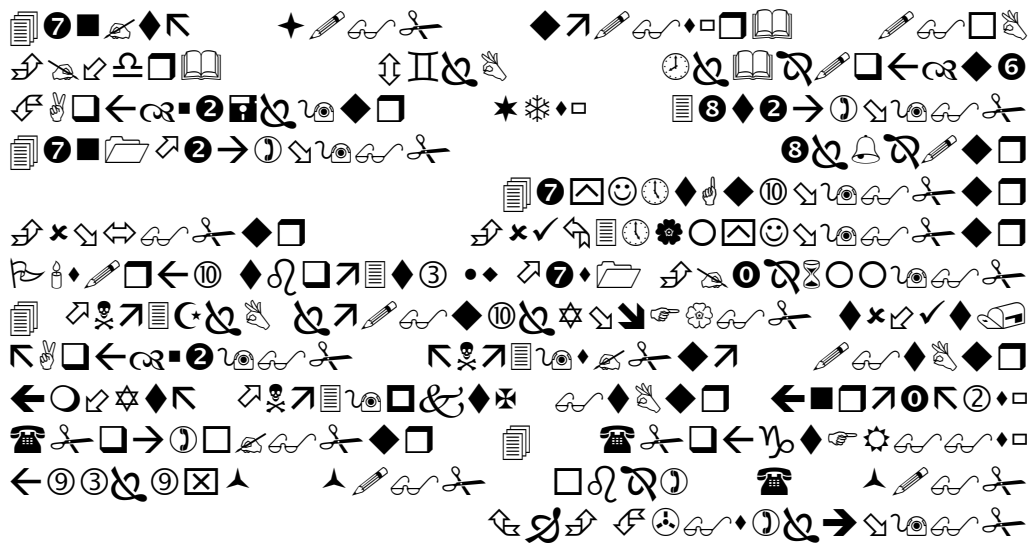
Dari ayat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam shalat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al-Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Dalam konteks ini, maka CSR dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara Islami. Perusahaan memasukkan norma-norma agama Islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka CSR Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya.⁸

Menurut Islam, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktifitas-aktifitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa Zakat, infak, sedekah dan kegiatan sosial lainnya.⁹

CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati. Allah SWT juga berfirman dalam Q.S. Al-Hasyr ayat 7:

⁸ Syed Nawab Harder Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi: Suatu Sintesis Islami*, (Bandung: Mizan, 1985), Cet ke-1, h. 19.

⁹ Gustani, "Corporate Social Responsibility", artikel diakses pada 20 November 2014 dari <http://gustani.blogspot.com/2012/11/corporate-social-responsibility-csr.html?m=1>



Artinya: "Apa saja harta rampasan (*fai-i*) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.

Islam sebagai suatu ajaran Ilahi yang bersumber dari wahyu mengandung nilai-nilai universal ajarannya bagi kehidupan umat manusia baik dalam aktifitas kegiatan politik, sosial, budaya, ekonomi, dan lainnya. Hal ini berarti bahwa Islam diturunkan untuk menjadi pedoman hidup dan kehidupan dunia maupun akhirat yang tidak dimiliki oleh agama lain.¹⁰

Praktik CSR dalam Islam menekankan pada etika bisnis Islami yang menjadikan Iman sebagai landasan utamanya, menegakkan akal pada landasan iman, bukan iman yang harus didasarkan pada akal/pikiran. Selain itu, prinsip keadilan sosial dalam distribusi hak milik perusahaan juga merupakan asas

¹⁰ Abdul Aziz, Mariyah Ulfah, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*, (Bandung.: Alfabeta, 2010), Cet ke-1, h. 40

tatanan Ekonomi Islam. Penghasilan dan kekayaan yang dimiliki Perusahaan bukanlah hak milik mutlak tetapi sebagian adalah hak masyarakat. Oleh karena itu kekayaan yang dimiliki perusahaan harus disisihkan untuk kesejahteraan masyarakat, yaitu salah satunya dalam bentuk penerapan CSR ini.¹¹

Ajaran Islam di bidang sosial termasuk yang paling menonjol karena seluruh bidang ajaran Islam akhirnya ditujukan untuk kesejahteraan manusia yang pastinya sangat sejalan dengan adanya CSR ini.¹²

Dalam industri media cetak, PT. Riau Pos Intermedia yang lebih dikenal PT. Riau Pos sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang percetakan dan penerbitan koran yang terkenal di Pekanbaru menyadari bahwa dunia usaha tidak lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan keuntungan demi kelangsungan usahanya, melainkan juga bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

Kesuksesan penerapan program CSR PT. Riau Pos tidak lain merupakan andil daripada loyalitas pelanggannya sendiri serta masyarakat, terkhusus masyarakat yang berada di kawasan Pekanbaru dan sekitarnya. Bantuan dan partisipasi yang diberikan oleh PT. Riau Pos bagi kemajuan sosial dan lingkungan adalah berdasarkan visi dan misi dalam rangka menuju pembangunan yang berkelanjutan.

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT. Riau Pos dalam meningkatkan citra perusahaan yang menambah keuntungan bagi perusahaan, lingkungan

¹¹*Ibid.*

¹²Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2006), h.

dan masyarakat disekitar perusahaan beroperasi, tepatnya dikawasan Kota Pekanbaru secara garis besar antara lain program pendidikan dan pelatihan jurnalistik, program kebudayaan dan kesenian, program lingkungan hidup, program kepedulian sosial, dan program pembinaan jasmani.¹³

Program-program CSR Riau Pos tersebut sudah dilaksanakan dikawasan Pekanbaru dan sekitarnya yang tentunya sangat membantu masyarakat yang mendapatkan langsung dampak dari CSR ini. Salah satu tujuan dari kegiatan-kegiatan CSR PT. Riau Pos tersebut adalah untuk membangun simpati masyarakat kepada perusahaan yang dapat menunjang terbentuknya citra positif dan reputasi yang baik di mata publik.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak PT. Riau Pos Intermedia bahwa perusahaan sudah memberi bantuan dana sesuai dengan program CSR dari perusahaan, seperti dana untuk pengembangan bakat dibidang kesenian, pembangunan rumah ibadah, pendidikan, sarana infrastruktur dan sarana/prasarana olahraga.¹⁴ Namun sejauh ini fenomena yang terjadi adalah kurang terarahnya pemberian bantuan perusahaan terhadap masyarakat sehingga bantuan yang diterima masyarakat belum maksimal dan tidak tepat sasaran.

Berdasarkan fenomena diatas, maka jelas sekali bahwa perusahaan dalam menjalankan program CSR kurang begitu efektif dan efisien, hal ini karena perusahaan kurang berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Selain itu, masyarakat juga sepertinya kurang memahami arti pentingnya perusahaan disekitar mereka. Keberadaan perusahaan sejatinya bukan hanya sekedar

¹³ Indra Cahya, Manager Event Organizer PT. Riau Pos Intermedia, wawancara, Pekanbaru, tanggal 30 Juli 2015.

¹⁴*Ibid*

urusan kepedulian sosial semata, melainkan upaya perusahaan secara sadar untuk meningkatkan potensi masyarakat serta lingkungan tempat ia beroperasi demi menunjang eksistensinya.

Melihat latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menuangkannya dalam penulisan skripsi yang berjudul: **“Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Riau Pos Intermedia ditinjau menurut Ekonomi Islam”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan, maka penulis membatasi penulisan ini hanya pada Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Riau Pos Intermedia ditinjau menurut Ekonomi Islam. Penelitian hanya dilakukan di PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru dan kawasan yang menjadi penerapan CSR ini.

C. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Penerapan program CSR PT. Riau Pos Intermedia?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan program CSR PT. Riau Pos Intermedia?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Penerapan program CSR PT. Riau Pos Intermedia.

2. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan program CSR PT. Riau Pos Intermedia.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

1. Sebagai mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah dan menambah wawasan penulis terhadap masalah yang diteliti serta diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan informasi kepada pihak-pihak terkait.
2. Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S,E. Sy) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

F. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), dimana data dan sumber diperoleh dari sumber-sumber yang sesuai dengan permasalahan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Riau Pos Intermedia Jalan H.R Soebrantas Nomor 11,5 Panam Pekanbaru. Alasan penulis mengambil lokasi di PT. Riau Pos Intermedia ini karena di perusahaan tersebut terjadi penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), selain itu penulis juga menimba ilmu dan pengalaman di perusahaan tersebut.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan/karyawati yang menjalankan program CSR PT. Riau Pos Intermedia.

b. Objek Penelitian

Sebagai objek dalam penelitian ini adalah Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Riau Pos Intermedia ditinjau menurut Ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan, karyawan/karyawati yang menjalankan program CSR PT. Riau Pos Intermedia yang berjumlah 15 orang. Karena jumlah populasinya hanya 15 orang, maka sekaligus dijadikan sampel dengan menggunakan teknik *Total Sampling*.

4. Sumber Data

a. Sumber primer

Data informasi yang diperoleh dari pimpinan perusahaan PT Riau Pos Intermedia, karyawan/karyawati yang menjalankan CSR ini.

b. Sumber sekunder

Data yang diperoleh dari bacaan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

5. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kejadian yang berhubungan dengan masalah tersebut.¹⁵
- b. Wawancara, yaitu tanya jawab langsung sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden.¹⁶
- c. Studi Dokumen yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengolah data-data atau arsip yang berhubungan dengan penelitian, kemudian menganalisisnya dengan berpedoman kepada sumber yang relevan.

6. Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Analisis Data secara Kualitatif yaitu setelah data terkumpul, data tersebut dikelompokkan kedalam kategori berdasarkan persamaan dari jenis data tersebut. Kemudian antara satu data dengan data yang lainnya dihubungkan sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

7. Teknik Penulisan

- a. Metode Induktif adalah uraian penulisan yang diawali dengan menggunakan kaedah-kaedah khusus kemudian dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- b. Metode Deduktif adalah penulis mengemukakan kaedah-kaedah atau pendapat-pendapat yang bersifat umum kemudian diambil kesimpulan secara khusus.

¹⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996), cet. ke 7, hal.125.

¹⁶Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lain* (Jakarta: Kencana 2008), cet. ke 2, hal. 108.

- c. Metode Diskriptif adalah menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan data yang diperoleh. Kemudian dianalisis sesuai dengan masalah tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan ini garis besarnya akan terdiri dari lima bab terdiri dari beberapa bagian dengan penulisan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari : Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran Umum Lokasi Penelitian yang terdiri dari: Sejarah Berdirinya PT. Riau Pos Intermedia, Profil Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Produk dan Jasa Perusahaan, Struktur Organisasi, dan Aktifitas Perusahaan.

BAB III : Tinjauan Pustaka yang terdiri dari: Pengertian CSR, prinsip-prinsip CSR, manfaat CSR, bentuk-bentuk CSR, mengelola CSR, strategi perusahaan dalam mengimplementasikan program CSR, Indikator keberhasilan CSR, Model pelaksanaan CSR di Indonesia, dan CSR Menurut Ekonomi Islam.

BAB IV : Merupakan uraian tentang Penerapan program CSR PT. Riau Pos Intermedia dan Tinjauan Ekonomi Islam terhadap penerapan program CSR PT Riau Pos Intermedia.

BAB V : Penutup, merupakan bagian akhir yang akan terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan rekomendasi penulis dalam penelitian.