

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kesuksesan bisnis perusahaan saat ini tidak hanya dilihat dari keuntungan finansial saja, namun juga dalam pemenuhan kepentingan sosial. Melalui pemenuhan kepentingan sosial yang tinggi, maka perusahaan akan memperoleh citra dan reputasi yang baik dari pelanggan dan masyarakat secara luas. Menurut Elkington (1997) agar suatu bisnis dapat tumbuh secara berkelanjutan, perusahaan tidak lagi berfokus pada aspek ekonomi (*profit*) saja, namun juga harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia (*people*), selain itu perusahaan harus peduli terhadap lingkungan hidup, serta kelestarian lingkungan hayati (*planet*).¹

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu upaya perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat. Menurut Wibisono, CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk dari tanggung jawab mereka terhadap lingkungan sosialnya di mana perusahaan tersebut ikut serta memberikan tanggung jawab kepada karyawannya, komunitas dan lingkungan sekitarnya.²

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* akan memberikan dampak positif bagi operasional perusahaan serta kelangsungan

¹Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 412.

²Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Sosial Responsibility)*, (Gresik: Fascho Pubishing, 2007), 8.

eksistensi perusahaan untuk jangka panjang. Wujud program tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya berupa bantuan yang bersifat jangka pendek, misalnya bantuan perayaan hari besar nasional, akan tetapi juga berupa program pemberdayaan masyarakat dalam jangka waktu yang panjang yang dapat memberikan perubahan kesejahteraan masyarakat seperti pemberian beasiswa dan pembuatan koperasi simpan pinjam.³

Implementasi CSR merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Menurut *Prices of Wales Foundation* ada lima hal yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, *pertama*, menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia. *Kedua*, *environments* yang berbicara tentang lingkungan. *Ketiga*, *Good Corporate Governance* atau tata kelola perusahaan yang baik. *Keempat*, *social cohesion*, artinya dalam melaksanakan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial. *Kelima*, *economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.⁴

Corporate Social Responsibility telah diatur dalam peraturan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat 1 dikatakan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.” Adapun ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dapat dijelaskan dalam peraturan pemerintah Nomor 47

³Suhendra, dkk, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 191.

⁴Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 11.

Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas pada pasal 2 dijelaskan bahwa “Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab social dan lingkungan.”⁵

CSR merupakan program yang harus dijalankan oleh perusahaan sebagai bentuk kedermawanan yang harus dijaga supaya dapat berlangsung secara berkelanjutan. Tujuan akhir dari CSR yaitu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), pembangunan berkelanjutan adalah suatu proses perubahan yang dapat diukur secara kualitatif, dalam hal ini yaitu perubahan dalam aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan.⁶

Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan, kontrak sosial merupakan janji yang harus ditepati oleh pelaku bisnis. Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi sebagai pedagang adalah selain dedikasi dan keuletannya, juga memiliki sifat *siddiq*, *‘Amānah*, *tabligh*, dan *fathanah*, ciri-ciri itu masih ditambah dengan *Istiqamah*.⁷

Dalam perspektif Islam tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bentuk hubungan yang lebih dari hubungan manusia dengan manusia, akan tetapi hubungan manusia dengan Allah. CSR merupakan kegiatan yang melibatkan unsur kepemilikan dalam Islam. Allah memerintahkan hamba-Nya untuk menjadi khalifah, penerima karunia-Nya, mencari rizki, berbuat

⁵*Ibid.*, 89.

⁶Maria Nindita Radyati, *CSR untuk Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, (Jakarta: Busniness Links, 2008), 4.

⁷Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 213.

baik, dan dilarang berbuat kerusakan di muka bumi.⁸ Sebagaimana dalam surat Al-Qhashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ ۖ صَدِيقَكَ ۗ نَ الدُّنْيَا ۖ
وَأَحْسِنْ ۖ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ
لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Carilah pahala akhirat lewat karunia yang diberikan Allah kepadamu, dan jangan lupa bagianmu dari kehidupan dunia, berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah menimbulkan kerusakan di bumi. Allah sungguh tidak senang kepada orang-orang yang menimbulkan kerusakan.”⁹

Praktik tanggung jawab sosial oleh pelaku bisnis yang didasarkan atas ketulusan untuk menolong sesama bisa dikatakan sebagai ibadah, meskipun kegiatan tersebut tujuan awalnya bukan termasuk ibadah namun apabila dilakukan dengan ikhlas untuk membantu orang lain dan mendapat ridha Allah maka pelaku bisnis akan mendapatkan pahala sebagaimana melakukan ibadah. Keuntungan yang didapat perusahaan atas adanya tanggung jawab sosial bukan hanya memperoleh citra baik dari masyarakat, namun pelaku bisnis juga dapat mendekatkan diri kepada Allah dan dapat menebar kemanfaatan kepada sesama masyarakat luas.

PT. PLN merupakan perusahaan yang sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat, karena PLN adalah satu-satunya perusahaan yang bergerak di bidang energi khususnya listrik. PLN telah berkomitmen menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas

⁸Ibid., 224.

⁹Zaini Dahlan, *Qur'an Karim dan Terjemahan Artinya*, (Yogyakarta: UII Press, 1999),

kehidupan masyarakat, mengupayakan tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi dan menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan. Kegiatan CSR dapat menjadikan citra PLN semakin baik di mata masyarakat yang mana citra PLN sempat buruk karena disebabkan dengan banyaknya keluhan masyarakat atas terjadinya pemadaman listrik yang lama, sehingga masyarakat yang pekerjaannya bersumber dari listrik lumpuh total, ditambah lagi tarif yang harus dibayar masyarakat setiap bulannya yang mengalami kenaikan semakin membuat masyarakat berfikir pelayanan tidak sesuai dengan tarif yang ditentukan PT. PLN.

Adapun bentuk program CSR yang telah terealisasi oleh kinerja PT. PLN adalah: Pertama, *Community Relation* adalah kegiatan-kegiatan menyangkut pengembangan kesempatan melalui komunikasi dan informasi kepada pihak yang terkait kepentingan (*Stakeholder*). Bentuk bantuannya meliputi: pengembangan kesepahaman, bantuan konsultasi publik, dan bantuan penyuluhan. Kedua, *Community Service* adalah program bantuan yang diberikan dengan pelayanan masyarakat atau kepentingan umum. Bentuk bantuannya meliputi: bantuan kepada korban bencana alam, bantuan sarana ibadah, dan bantuan pendidikan. Ketiga, *Community Empowering* adalah program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya. Kegiatan yang dilakukan antara lain: bantuan produksi dan pengembangan, bantuan pelatihan manajemen perusahaan, bantuan kursus menjahit, dan bantuan pelatihan budi daya ternak.

PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus termasuk salah satu PLN di Kota Kudus yang mana terus memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Baru-baru ini PT. PLN (Persero) Kudus memberikan alokasi daya listrik kepada dunia industri dan UMKM dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan PLN. Menurut Darmadi selaku Manajer PLN UP3 Kudus, keberadaan industri juga akan berdampak pada peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), serta bermanfaat bagi masyarakat karena akan menyerap banyak tenaga kerja.

Berdasarkan pada uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji dan meneliti bagaimana alokasi program *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan di PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) Kudus dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap alokasi program CSR di PT. PLN UP3 Kudus. Untuk mengukur sejauh mana alokasi program CSR yang dilaksanakan PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus sudah memberi kemaslahatan atau tidak. Maka dari itu, dipandang perlu untuk mengadakan penelitian yang berhubungan dengan masalah ini dalam bentuk skripsi dengan judul **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Alokasi Sasaran Bantuan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Studi Kasus Program CSR PT. PLN Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus)”**

B. Rumusan Masalah

Penulis memfokuskan rumusan masalah penelitian dalam bentuk beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan alokasi sasaran program *Corporate Social Responsibility* di PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus ?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap penerapan alokasi sasaran program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menjelaskan alokasi sasaran program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus
- b. Untuk mengetahui program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kudus ditinjau dari hukum Islam.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Manfaat teoritis:

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran yang dapat dijadikan literatur, khususnya mengenai penerapan *corporate social responsibility*.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perkembangan hukum islam pada umumnya, dan bidang hukum bisnis Islam pada khususnya.

b. Manfaat praktis:

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan kegiatan *corporate social responsibility*.
- 2) Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam menyelesaikan permasalahan yang timbul dalam ruang lingkup penerapan *corporate social responsibility*.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan laporan skripsi ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan. Adapun sistematika penulisan laporan skripsi yang akan penulis susun adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab kesatu ini membahas mengenai latar belakang masalah, fokus dan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab kedua ini terdiri dari kajian pustaka dan kerangka teori. Kajian pustaka berisi informasi tentang penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya baik berupa disertasi, tesis, atau skripsi. Adapun kerangka teori terdiri dari pengertian *Corporate Social Responsibility*, dasar-dasar hukum *Corporate Social Responsibility*, manfaat *Corporate Social Responsibility*, implementasi *Corporate Social Responsibility*, bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility*, pandangan Islam terhadap *Corporate Social Responsibility*, implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam pandangan Islam.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ketiga ini membahas tentang metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yang meliputi jenis penelitian dan pendekatan, tempat penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini menguraikan hasil penelitian yang membahas tentang profil dari PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kabupaten Kudus, alokasi sasaran bantuan program *Corporate Social Responsibility* PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kabupaten Kudus terhadap pemberdayaan masyarakat, dan tinjauan hukum Islam terhadap alokasi sasaran bantuan program CSR PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Kabupaten Kudus.

BAB V PENUTUP

Bab kelima ini berupa kesimpulan dan saran.

Pada bagian akhir berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup peneliti.

