

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kesejahteraan adalah sebuah kondisi dimana seorang dapat memenuhi kebutuhan pokok, baik itu kebutuhan akan makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum yang bersih serta kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang memadai dapat menunjang kualitas hidupnya sehingga bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman tentram, baik lahir maupun bathin.¹

Kesejahteraan merupakan komitmen perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial atau CSR di wilayah kerja perusahaan dengan mengakomodir kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan . Secara signifikan keberhasilan program CSR memiliki hubungan positif dengan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana yang telah ditetapkan dalam Pasal 1 Nomor 3 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas (selanjutnya disebut UU PT) tampaknya menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai terjemahan dari istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk konteks perusahaan dalam masyarakat Indonesia.²

¹ Rosni, "Analisis Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan di Desa Dahari Selebar Kecamatan Talawi Kabupaten Batubara." *Jurnal Geografi, Volume 9 No. 1*, (2017), hlm. 5

² Elly Erawati, "Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Direktorat Jendral Peraturan perundang-undangan", diakses dari <https://ditjenpp.kemhumkam.go.id/Hukum-Pedata/847-Persoalan-Hukum-Seputar-Tanggung-Jawab-Sosial-Dan-Lingkungan-Perseroan-dalam-Perundang-Undangan-Ekonomi-Indonesia.html> pada tanggal 24 Agustus 2020 pukul 12:41.

Peningkatan kesejahteraan sosial tidak mungkin akan tercapai apabila mengandalkan pemerintah sebagai satu-satunya aktor, diperlukan peran serta dari segala pihak untuk mewujudkannya, salah satunya melalui bantuan dari perusahaan. Dalam melakukan kegiatan bisnisnya sebagai bagian dari masyarakat dan warga korporasi, perusahaan diharapkan memberikan kontribusi dan berpartisipasi aktif dalam menyelesaikan masalah yang terjadi di masyarakat.³

CSR adalah sebuah bentuk komitmen perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan. CSR juga merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan pihak berkepentingan dalam arti luas selain kepentingan perusahaan. Artinya, CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat di lingkungannya, ia merupakan serangkaian kegiatan aktif perusahaan di tengah-tengah masyarakat untuk pemerataan kesejahteraan ekonomi bagi semua pihak berkepentingan.

Corporate Sosial Responsibility menurut lingkaran study CSR Indonesia adalah upaya yang sungguh-sungguh dari entitas bisnis, untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.⁴

Melalui CSR perusahaan tidak semata memprioritaskan tujuannya pada memperoleh laba setinggi-tingginya, melainkan meliputi aspek keuangan,

³Ratih Probosiwi, "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Volume 13 No. 2, (2016), hlm.31.

⁴ Suparman, "Corporate Social Responsibility: bentuk tanggung jawab sosial dan kepedulian perusahaan dan masyarakat." *Jurnal Interaksi*, Volume II No. 02, (Juli, 2013), hlm.75.

sosial, dan aspek lingkungan lainnya.⁵ Seperti halnya di usaha ini, pemilik memiliki dua bagian dari usahanya yang berlainan tempat. Pemilik perlu mementingkan kondisi serta perekonomian masyarakat disekitar usahanya tersebut, baik masyarakat disekitar tempat penjualannya atau dari tempat penyimpanan stok barang penjualannya.

Wujud program *Corporate Sosial Responsibility* tidak hanya berupa bantuan-bantuan yang sifatnya jangka pendek seperti bantuan pembangunan jalan, bantuan pembangunan sarana ibadah, atau bantuan perayaan hari-hari besar nasional, akan tetapi berupa program pemberdayaan masyarakat dalam jangka waktu yang panjang dapat memberikan perubahan kesejahteraan masyarakat seperti pembuatan koperasi simpan pinjam, pemberian beasiswa, program orang tua asuh bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dan lain sebagainya.⁶

Diantara semua wujud keterlibatan sosial perusahaan tersebut, salah satu yang paling banyak mendapat sorotan adalah keterlibatan sosial perusahaan dalam ikut memecahkan masalah ketimpangan sosial dan ekonomi. Ada kesadaran yang semakin besar baik masyarakat maupun dari pelaku bisnis bahwa perusahaan ikut bertanggung jawab menegakkan keadilan sosial khususnya keadilan distribusi.⁷

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi interen dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari adanya syariat Islam adalah “Maslahah” sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan maslahah, bukan sekedar

⁵ Sugeng Santoso, “Konsep Corporate Social Responsibility dalam perspektif konvensional dan fiqh sosial” *Jurnal Ahkam*, Volume 4 No. 01, (Juli, 2016), hlm. 82.

⁶ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hlm. 191

⁷ A. Sonny Keraf, *Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2012), hlm. 123

mencari keuntungan. Menurut Sayyid Qutb, islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan social, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Walaupun ayat Al-Qur'an dan As-Sunnah tidak langsung menjelaskan tentang konsep ICSR, akan tetapi ada banyak ayat dan sunnah yang menjelaskan tentang kewajiban individu untuk bertanggung jawab dan menghasilkan kebutuhan orang lain.⁸

Tanggung jawab social merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. *Islamic Corporate Social Responsibility* menekankan pada pendekatan kerohanian sebagai dasar dari kewajiban perusahaan untuk memiliki tanggung jawab sosial kepada lingkungan sekitarnya, baik lingkungan alam maupun masyarakat.⁹ Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan (*Corporate sosial Responsibility*) yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui fluktuasi harga saham yang semakin naik dari periode ke periode dan sebaliknya jika perusahaan memiliki kinerja lingkungan (*Corporate sosial Responsibility*) yang buruk maka akan muncul keraguan dari para investor terhadap perusahaan tersebut

⁸ Muhammad Yasir, *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR)* (Depok: Kencana,2017), hlm. 72

⁹Agung Hendratmoko, dkk, "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Pengungkapan ICSR Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia." *Jurnal Diponegoro Journal Of Accounting* Volume 6 No. 04,(maret, 2017), hlm.3.

dan direspon negatif dengan fluktuasi harga saham perusahaan di pasar yang semakin menurun dari tahun ke tahun.¹⁰

Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) Pada saat ini sedang menjadi objek penelitian dalam berbagai pihak tak hanya di negara-negara yang mayoritas muslim, tetapi juga diteliti oleh negara-negara lain yang tidak menganut pemahaman hukum syari'ah. ICSR merupakan pengungkapan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dengan mencantumkan nilai-nilai spritual didalam CSR.

Meskipun konsep dari *corporate social responsibility (CSR)* telah ada sejak dahulu, namun definisi tuggal dari CSR itu sendiri belum ada. *The international organization of employers (IOE)* memberikan definisi CSR merupakan suatu inisiatif dari perusahaan yang bersifat *voluntair* atau sukarela dan melampaui kewajiban hukum terhadap peraturan perundang-undangan dimana kegiatannya dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan.¹¹

Pengungkapan ICSR yang baik tidak hanya akan bermanfaat terhadap masyarakat melainkan bermanfaat untuk reputasi usaha tersebut. Reputasi yang baik juga dapat mempengaruhi dukungan masyarakat terhadap usaha dari sumberdaya yang diperlukan. Semakin baik usaha dalam menjalankan ICSR maka semakin baik pula dalam mempertahankan konsumennya.

¹⁰Indrayani, dkk, "pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Sharia Governance Terhadap Kinerja Perusahaan." *Jurnal Akuntansi, Keuangan & Perpajakan Indonesia*, Volume 6 No. 01, (April, 2018), hlm.68-69.

¹¹Bambang Ruditio, dkk, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: ICSD, 2003) hlm. 67.

Usaha Dagang Al-Maghfirah yang bergerak dibidang perdagangan dan memiliki dua tempat diantaranya supermarket dan gudang tempat penyimpanan stok barang. Supermarket dan gudang UD Al-Maghfirah ini tidak bertempat disatu tempat saja, melainkan di dua kampung yang berbeda meskipun tetap dalm satu desa. Dikarenakan tempat stok barang dan supermarket ini terpisah, tentunya harus menggunakan angkutan untuk mengantarkan barang dari gudang ke supermarket. Dan barang yang dikirimkan tidaklah sedikit dan ringan, harus menggunakan kendaraan yang memadai untuk memuat barang yang banyak seperti halnya truk, mobil box dll. Dampak dari adanya truk, mobil box, dan kendaraan pengangkut barang lainnya akibatnya jalan yang biasa di lewati rawan rusak apalagi jalan menuju gudang.

Kehadiran UD Al-Maghfirah juga membantu dalam perbaikan jalan, penyumbang acara-acara seperti imtihanan, maulid nabi dan, membantu keluarga yang terkena musibah seperti kifayah baik bantuan berupa materi ataupun bahan-bahan lain seperti air, beras dan lainnya, dan ikut membantu ekonomi masyarakat yang pengangguran dengan cara mempekerjakannya di usaha dagang tersebut. Kegiatan tersebut merupakan implementasi dari ICSR UD Al-Maghfirah sebagai bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

Dengan adanya masalah tersebut peneliti tertarik untuk mencari jawaban, mengkaji, dan menelaah apakah *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Usaha Dagang Al-Maghfirah berpengaruh terhadap reputasi perusahaan di desa Larangan Badung. Peneliti tertarik untuk

meneliti hal tersebut melalui pendekatan kuantitatif di Desa Larangan Badung Kecamatan Palengaan. Dengan sebab itulah peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada konteks penelitian yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung ?
2. Seberapa Besar Pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan proposal ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Berpengaruh Terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini dimungkinkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Manfaat Teoritis

- a. Harapan penulis dari hasil penelitian ini bisa berguna dan bisa memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*, dan juga
- b. Bisa menjadi *literatur* bagi mahasiswa yang sedang/akan menyelesaikan tugas akhir khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan bisa bermanfaat bagi pembaca.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis
 - 1) Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* terhadap Reputasi perusahaan.
 - 2) Dapat dijadikan sebagai media pengaplikasian dari ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama perkuliahan serta menambah pengalaman dalam penelitian.
- b. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan perusahaan agar mengetahui seberapa besar pengaruh *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* terhadap terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.

c. Bagi Akademisi

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya yang nantinya akan mengambil permasalahan yang serupa.
- 2) Hasil penelitian ini dapat menambah literature yang dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian adalah batasan atas variabel-variabel yang diteliti, populasi, atau subjek penelitian dan lokasi penelitian¹²

1. Variabel

Terdapat Dua variabel dalam penelitian ini, yakni *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*{X} dan Reputasi Perusahaan {Y}.

a. Indikator *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)*

- 1) Kepatuhan Syari'ah
- 2) Keadilan dan Kesetaraan
- 3) Bertanggung Jawab dalam Bekerja
- 4) Jaminan Kesejahteraan
- 5) Jaminan Kelestarian Sosial
- 6) Bantuan Kebajikan

¹² Taufiqurrahman, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), hlm. 11

b. Indikator Reputasi Perusahaan

- 1) Nama Baik
- 2) Dikenal Luas
- 3) Kemudahan diingat

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah UD. Al-Maghfirah Desa Larangan Badung Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, untuk menentukan dan merumuskan hipotesis. Setiap peneliti dapat merumuskan asumsi yang berbeda.¹³ Asumsi dalam penelitian ini adalah adanya pengaruh signifikan ICSR terhadap Reputasi Perusahaan.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.¹⁴

¹³Taufiqurrahman, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), hlm. 10.

¹⁴ Ibid hlm. 11

H_0 : *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Usaha Dagang Al-Maghfirah tidak berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.

H_1 : *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) Usaha Dagang Al-Maghfirah berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Usaha Dagang Al-Maghfirah di Desa Larangan Badung.

H. Definisi Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka perlu kiranya peneliti merumuskan definisi istilah yang terdapat pada penelitian ini. Adapun definisi istilah dalam penelitian ini yaitu:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan terhadap kelangsungan pembangunan ekonomi dalam usaha meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.
2. *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) adalah sebuah konsep CSR yang berlandaskan dengan nilai religius dan berpedoman kepada Al-Qur'an, Hadits dan Syariah Islam, tujuannya adalah untuk mencapai *Maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan.
3. Reputasi Perusahaan adalah kumpulan persepsi dan kepercayaan konsumen mengenai kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik, atau penilaian tentang keadaan masa lalu dan prospek masa yang akan datang mengenai kualitas perusahaan atau produk.