

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. Pengertian

Istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* pertama kali muncul dalam konteks yang lebih formal pada tulisan Howard Rothmann Bowen yang berjudul *Social Responsibilities of the Businessman* pada tahun 1953. Konsep CSR kemudian berkembang sebagai tanggung jawab sosial yang dimiliki oleh perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.⁹⁵

Seiring berjalannya waktu, CSR semakin diakui pentingnya oleh berbagai pemangku kepentingan, termasuk konsumen, investor, dan pemerintah. Banyak perusahaan yang kemudian mengadopsi praktik CSR untuk mengubah citra dan reputasi mereka, terutama ketika terdapat persepsi negatif tentang ketidakpedulian mereka terhadap isu sosial dan lingkungan.

CSR tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memperbaiki citra perusahaan, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat memberikan manfaat jangka panjang. Dengan berinvestasi dalam kesejahteraan sosial dan lingkungan, perusahaan tidak hanya membantu masyarakat tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih baik untuk beroperasi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, kepercayaan publik, dan kinerja keuangan.

Menurut Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007, pasal 1 ayat 3, tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan suatu

⁹⁵ Hairil N. Siregar, “Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Masyarakat Indonesia *Jurnal Sositologi*” Edisi 12 Tahun 6, (Jakarta, Ke29, 2020). 45

komitmen dari perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Tujuan dari komitmen ini adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang berdampak positif, baik bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal, maupun masyarakat secara umum.⁹⁶

Secara lebih luas, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat dipahami sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas individu dan anggota masyarakat dalam merespons kondisi sosial yang ada. Hal ini juga mencakup kemampuan mereka untuk menikmati, memanfaatkan, dan menjaga lingkungan hidup.⁹⁷ CSR dapat dilihat sebagai proses krusial dalam pengelolaan biaya yang dikeluarkan serta keuntungan yang diperoleh dari kegiatan bisnis, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, baik yang bersifat internal (seperti karyawan, pemegang saham, dan investor) maupun eksternal (seperti lembaga pengatur, anggota masyarakat, kelompok masyarakat sipil, dan perusahaan lainnya).⁹⁸

Sultoni membagi tiga dimensi inti dari *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen, kontribusi, cara pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan pada perusahaan. Komitmen, kontribusi, pengelolaan bisnis, dan pengambilan keputusan perusahaan didasarkan pada akuntabilitas, mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan, memenuhi tuntutan etis, legal dan professional. Perusahaan

⁹⁶ Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007, pasal 1 ayat 3

⁹⁷ Hairil N. Siregar, "Analisis Sosiologis Terhadap Implementasi *Corporate Social Responsibility* Pada Masyarakat Indonesia *Jurnal Siositeknologi*" ... 45

⁹⁸ Azizul Kholis, *Corporate Social Responsibility, Konsep Dan Implementasi* (Economic & Business Publishing, 2020). 2

memberikan dampak nyata pada pemangku kepentingan dan secara khusus pada masyarakat sekitar.⁹⁹

Secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah pendekatan yang digunakan perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.¹⁰⁰ Namun secara empiris CSR ini telah diterapkan oleh perusahaan dalam berbagai bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan (*voluntary*). CSR tersebut dilakukan dengan motivasi yang beragam, tergantung pada sudut pandang dan bagaimana memaknai CSR itu sendiri.¹⁰¹

Rumusan tentang CSR diantaranya telah diungkapkan oleh *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merumuskan CSR sebagai “*The counting commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large to improve their quality of life.*”¹⁰²

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan

⁹⁹ Muhammad Hamim Sultoni, *Kajian Korelasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan* (Duta Media Publishing, 2020). 22

¹⁰⁰ Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Baandung: Alfabeta, 2020). 78

¹⁰¹ Azizul Kholis, *Corporate Social Responsibility, Konsep Dan Implementasi ...* 3

¹⁰² Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility Dari Voluntary Menjadi Mandatory*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2021). 102

(*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.¹⁰³ Beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering diidentikan dengan CSR ini antara lain pemberi/amal perusahaan (*corporate giving/charity*), kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*), relasi kemasyarakatan perusahaan (*corporate community/public relations*) dan pengembangan masyarakat (*community development*). Keempat nama itu bisa juga dilihat sebagai dimensi atau pendekatan CSR dalam konteks investasi sosial perusahaan (*corporate social investment/investing*) yang didorong oleh *spectrum* motif yang terentang dari motif “amal” hingga “pemberdayaan”.¹⁰⁴

Menurut Nor Hadi, tanggung jawab sosial perusahaan memiliki kandungan dan konsekuensi baik secara sosial maupun secara ekonomi.¹⁰⁵ Dapat dijelaskan bahwa sebuah perusahaan melakukan kegiatan tanggung jawab dengan penuh keseriusan, dan didukung oleh strategi implementasinya yang tepat, memiliki manfaat seperti: meningkatkan nilai bagi masyarakat, mengurangi komplain masyarakat, dapat membantu pemecahan persoalan yang dihadapi masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi, lingkungan maupun kesehatan.

H.R. Brown berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai berpikir

¹⁰³ Muhammad Hamim Sultoni, *Kajian Korelasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan...* 67

¹⁰⁴ Being Bedjo Tamudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*, (EBook), 93.

¹⁰⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Jakarta: Graha Ilmu, 2019). 6

dalam konsep pengembangan tanggung jawab sosial (*Social Responsibility*)¹⁰⁶.

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Dunia bisnis pun dapat menerapkan tanggung jawab sosial karena perilaku seperti itu diwajibkan oleh hukum, karena akan meningkatkan citra perusahaan¹⁰⁷.

Pandangan lain tentang definisi tanggung jawab sosial perusahaan dikemukakan oleh bank dunia. Organisasi keuangan global ini mengemukakan definisi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai suatu persetujuan atau komitmen perusahaan agar bermanfaat bagi pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, bekerja dengan para perwakilan dan perwakilan mereka, masyarakat setempat dan masyarakat dalam ukuran lebih luas, untuk meningkatkan kualitas

¹⁰⁶ Ismail Solihin, *Corporate Social Responsibility, From Charty To Sustainability* (Jakarta: Salemba Empat, 2020). 1

¹⁰⁷ Amin Widjaja Tunggal, *Strategi Korporat dan Strategi Bisnis Perusahaan*, (Jakarta: Havarido, 2020). 83.

hidup, dengan demikian eksistensi perusahaan tersebut akan baik bagi perusahaan itu sendiri dan baik pula bagi pembangunan.¹⁰⁸

Pengertian CSR dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 Pasal I ayat (3) menyebutkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

CSR diatur pula dalam penjelasannya Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 Penanaman Modal (UUPM). Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Tampak bahwa UUPM 2007 mencoba memisahkan antara tanggung jawab sosial dengan tanggung jawab lingkungan, yang mengarah pada CSR sebagai sebuah komitmen perusahaan terhadap pembangunan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.

Pada dasarnya program CSR dari suatu perusahaan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk seperti berikut:

a. Public Relations

Usaha untuk menurunkan perspektif positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Bentuk ini lebih menekankan pada penanaman persepsi tentang perusahaan dengan mengadakan kegiatan-kegiatan sosial maka akan tertanam dalam *image* masyarakat bahwa perusahaan tersebut banyak

¹⁰⁸Matian Siagian dan Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan : Fisip Usu Press, 2020). 66.

melakukan kegiatan sosial sehingga masyarakat/komunitas tidak mengetahui produk apa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Atau dapat juga terjadi sebaliknya di mana masyarakat/komunitas mengetahui produk dari perusahaan tersebut akan tetapi masyarakat/komunitas mengetahui bahwa perusahaan selalu menyisihkan sebagian dari keuntungan nya untuk kegiatan sosial.

b. Strategi Defensif

Usaha yang dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menangkis anggapan negatif masyarakat/komunitas luas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan. Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk perlawanan terhadap pandangan negatif masyarakat/komunitas dan perusahaan berusaha mengubah pandangan tersebut menjadi positif.

c. Keinginan tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi perusahaan tersebut. Perusahaan melakukan program CSR untuk kebutuhan masyarakat/komunitas dan tidak mengambil keuntungan secara materiil. Program CSR yang dijalankan merupakan keinginan tulus dari perusahaan, yang bisa dilihat dari komitmen perusahaan terhadap kegiatan CSR dengan menuangkannya ke dalam visi dan misi CSR¹⁰⁹.

Mengacu kepada beberapa pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa CSR merupakan konsep: perusahaan harus mempunyai perhatian terhadap persoalan sosial dan lingkungannya, berdasarkan prinsip sukarela dan kegiatan bisnis dan interaksi dengan pemangku kepentingan harus memperhatikan persoalan sosial dan lingkungan.

Menurut peneliti, CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.¹¹⁰

¹⁰⁹ Nurantono Setyo Saputro, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vo.21 No.2, Agustus 2020.132-133.

¹¹⁰ Amin Widjaja Tunggal, *Strategi Korporat dan Strategi Bisnis Perusahaan*...89.

Titik tekan komitmen perusahaan adalah berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan.

2. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Mencermati begitu luasnya cakupan ruang lingkup CSR, sedangkan masing-masing perusahaan mempunyai karakter dan kondisi yang berbeda-beda, kondisi ini akan berdampak pada implementasi CSR yang berbeda-beda pula. Namun bila dilihat secara komprehensif dapat dikelompokkan atas enam bidang, yaitu:¹¹¹

- a. Bidang Ekonomi. CSR di bidang ekonomi dapat dirumuskan sebagai kewajiban untuk berperan serta dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, bukan hanya internal, akan tetapi juga eksternal. Implikasinya pun banyak, seperti penciptaan lapangan kerja, produksi barang dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen, tidak memperlebar jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin serta secara internal memberikan imbalan yang adil, wajar, dan layak bagi para anggota organisasi.
- b. Bidang Politik. Para manajer dan seluruh karyawan suatu organisasi adalah warga suatu masyarakat yang mempunyai hak dan kewajiban sebagaimana warga lainnya. Oleh karena itu, mereka mempunyai kewajiban di bidang politik seperti turut menjaga stabilitas politik di masyarakat dan menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum yang diselenggarakan oleh pemerintah.
- c. Bidang Sosial. Sebagaimana halnya dengan bidang-bidang lainnya, perusahaan pun mempunyai kewajiban di bidang sosial yang mencakup berbagai aspek, seperti tanggung jawab untuk turut serta memajukan kegiatan pendidikan pada semua jenjang mulai dari taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah lanjutan, pendidikan tinggi, mendorong dan mendukung terselenggaranya kegiatan pendidikan non formal yang berlangsung seumur hidup, mendukung program pemberantasan tuna aksara, mendorong

¹¹¹ Matian Siagian dan Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan: Fisip Usu Press, 2020). 66.

keaktivitas masyarakat di bidang seni, termasuk seni musik, seni tari, dan seni lukis. Yang penting dari bidang sosial ialah kebiasaan menggunakan bahasa nasional dengan cara yang benar, seperti dalam proses berkomunikasi antar individu dan antar kelompok dalam perusahaan. Disini termasuk penggunaan bahasa nasional dalam pemberian nama atau identitas perusahaan dan dalam melakukan berbagai kegiatan promosi produk yang dihasilkan.

Frynas bersama Blowfield mengibaratkan CSR sebagai sebuah payung bagi beragam teori dan praktek yang mengakui dan memahami persoalan-persoalan berikut:

1) That companies have a responsibility for their impact on society and the natural environment, which sometimes goes even further if they only fulfill legal aspects and individual responsibility. 2) That companies have a responsibility to behave with those they do business with. 3) That business must (need to) manage its relationships with wider society, for commercial reasons or for added value to society. (1. Bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan alam, yang terkadang lebih jauh lagi jika sekedar memenuhi aspek legal dan pertanggungjawaban individual. 2) Bahwa perusahaan memiliki suatu tanggung jawab untuk berperilaku dengan siapa mereka melakukan bisnis. 3) Bahwa bisnis harus (perlu) mengelola hubungannya dengan masyarakat yang lebih luas, dengan alasan komersial atau untuk nilai tambah terhadap masyarakat.¹¹²

Pembatasan ruang lingkup CSR dalam penerapan dunia modern terbagi menjadi 4 (empat) bagian yaitu:

- a. Partisipasi perusahaan dalam aktivitas sosial yang bermanfaat bagi masyarakat umum. Maksudnya perusahaan melaksanakan aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan untuk memperoleh laba tetapi juga mempertimbangkan kebaikan, perkembangan dan kesejahteraan masyarakat, melalui program CSR yang dilaksanakannya berdasarkan prinsip keadilan distributif atau kegiatan ekonomi. Tujuannya untuk menjawab ketidaksetaraan sosial dan ekonomi seperti yang terwujud dalam bentuk pembangunan tempat

¹¹² Frynas, *Beyond Corporate Social Responsibility, Oil Multinationals and Social Challenges* 99

beribadah, mendirikan fasilitas dan penyediaan fasilitas umum, penanaman pohon, pemberian beasiswa, pelatihan tanpa biaya dan lain-lain.

- b. Manfaat finansial yang didapatkan oleh perusahaan. Maksudnya aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya akan memengaruhi peningkatan profitabilitas perusahaan. Meskipun akan meningkatkan pengeluaran bagi perusahaan, tetapi pasti akan muncul suatu gambaran perusahaan di pandangan masyarakat, yang tanpa sengaja akan mengajak masyarakat untuk memanfaatkan produk itu, agar bisa meningkatkan keuntungan perusahaan. Banyak keuntungan yang didapat oleh perusahaan diantaranya produk semakin diminati oleh pembeli dan perusahaan menarik minat investor.
- c. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dipakai sebagai strategi pemasaran baru untuk perusahaan ketika Kegiatan tersebut dilakukan secara terus-menerus. Dengan bertambahnya kesetiaan pelanggan dalam jangka panjang, maka penjualan perusahaan akan kian berkembang, dan pada akhirnya melalui pelaksanaan CSR, diharapkan profitabilitas akan meningkat dan reputasi perusahaan juga bertambah baik. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memegang peranan krusial dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai dampak dari pertumbuhan penjualan perusahaan dengan metode untuk melakukan berbagai aktivitas sosial di sekitar sekelilingnya.
- d. Mematuhi peraturan hukum yang ada, baik yang berhubungan dengan aktivitas dunia bisnis maupun interaksi sosial komunitas secara umum. Artinya, perusahaan di dalam melaksanakan bisnis memiliki kewajiban sosial perusahaan yang mematuhi peraturan hukum. Perusahaan adalah komponen dalam masyarakat yang bertanggung jawab dan berkewajiban menjaga order dan susunan sosial yang teratur untuk mencapai kedamaian, ketentraman serta rasa aman saat melakukan setiap kegiatan usahanya. Menghargai hak serta kepentingan stakeholder atau pihak berkaitan dengan pihak yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung.¹¹³

Dilihat dari perspektif pembangunan yang lebih luas, CSR menunjuk pada kontribusi perusahaan terhadap konsumen

¹¹³ Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum Dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR* (Jakarta: Forum Sahabat, 2021). 7

pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yakni pembangunan yang sesuai dengan kebutuhan generasi saat ini dan kebutuhan generasi masa yang akan datang secara terus menerus.¹¹⁴ CSR secara umum dimaknai sebagai sebuah cara dalam rangka perusahaan mencapai keseimbangan antara tujuan-tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial masyarakat. Namun tetap merespon harapan-harapan para pemegang saham (*shareholder*) dan pemangku kepentingan (*stakeholder*).¹¹⁵

Busyro menyusun tiga pilar yang terdapat dalam CSR yaitu:

Sosial, ekonomi dan lingkungan. Muatan sosial antara lain pendidikan, pelatihan, kesehatan, perumahan, penguatan kelembagaan, kesejahteraan sosial, olahraga, pemuda, wanita, agama dan kebudayaan. Muatan ekonomi meliputi Kewirausahaan, UMKM, pembukaan lapangan kerja, dan infrastruktur ekonomi. Muatan lingkungan antara lain Penghijauan, pengelolaan air, pelestarian alam, penggunaan produksi dan energi secara efisien.¹¹⁶

Beragamnya pendapat mengenai ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR), setiap perusahaan berhak menentukan sendiri bentuk CSR yang akan dilakukan sesuai dengan kemampuan perusahaan tersebut. Walaupun perdebatan ini masih akan berjalan sangat panjang karena masalah CSR akan terus berkembang,¹¹⁷ namun demikian seperti telah di kemukakan, ada beberapa isu penting yang sebagian besar telah di sepakati menjadi perhatian utama dalam

¹¹⁴ Nurantono Setyo Saputro, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vo.21 No.2, Agustus 2020.132-133.

¹¹⁵ Being Bedjo Tamudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*... 93.

¹¹⁶ Busyro Azheri, *Corporate Social Responsibility* (Rajawali, 2019). 27

¹¹⁷ Being Bedjo Tamudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*...93

CSR.¹¹⁸ Seperti masalah transparansi dan akuntabilitas, hak asasi manusia, hak-hak pekerja lingkungan, masyarakat, dan komunitas sekitarnya¹¹⁹

3. Teori Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* adalah pendekatan dalam manajemen bisnis yang mengakui bahwa perusahaan memiliki berbagai pihak yang memiliki kepentingan dan dapat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Teori ini menekankan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada berbagai pemangku kepentingan (*stakeholder*) lainnya yang dapat termasuk karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas lokal, lingkungan, pemerintah, dan masyarakat luas.¹²⁰

Berikut adalah beberapa poin penting dalam teori *stakeholder*:

- a. Identifikasi pemangku kepentingan: Teori *stakeholder* mengajarkan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memahami kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan dalam aktivitas perusahaan. Ini melibatkan mengidentifikasi siapa saja yang terpengaruh oleh atau dapat mempengaruhi keputusan dan tindakan perusahaan.
- b. Berurusan dengan kepentingan pemangku kepentingan: Teori *stakeholder* menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan dan kebutuhan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan perusahaan. Hal ini berarti perusahaan harus berkomunikasi, berinteraksi, dan mempertimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan dalam kegiatan dan kebijakan mereka.

¹¹⁸ J.P. Mangindaan, *Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Prinsip Good Governance*... 69

¹¹⁹ Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum Dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR* .. 17

¹²⁰ Thomas Donaldson and Lee E. Preston, 'The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications', *Academy of Management Review*, 20.1 (2019), pp. 65–91.

- c. Pendekatan kolaboratif: Teori stakeholder mendorong perusahaan untuk mengadopsi pendekatan kolaboratif dengan para pemangku kepentingan. Ini berarti membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pemangku kepentingan, berkomunikasi secara terbuka, dan melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan.
- d. Dampak sosial dan lingkungan: Teori stakeholder juga menekankan pentingnya mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan perusahaan. Ini melibatkan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.¹²¹

Teori *stakeholder* telah mendapatkan pengakuan luas sebagai pendekatan yang penting dalam manajemen bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.¹²² Hal ini mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan lebih dari sekadar pemegang saham dan mengadopsi pendekatan yang lebih holistik dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan yang beragam.¹²³

Konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), teori *stakeholder* mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis mereka. Implementasi CSR membawa dampak positif pada pemangku kepentingan yang lebih luas, termasuk karyawan, konsumen, masyarakat lokal, dan lingkungan.¹²⁴ Oleh karena itu, perusahaan

¹²¹ Matian Siagian dan Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan: Fisip Usu Press, 2020). 66.

¹²² Being Bedjo Tamudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*... 98.

¹²³ R. Edward Freeman, Sergiy D. Dmytriiev, and Robert A. Phillips, 'Stakeholder Theory and the Resource-Based View of the Firm', *Journal of Management* (journals.sagepub.com, 2021), 70

¹²⁴ Being Bedjo Tamudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*... 93.

tidak hanya mengejar keuntungan finansial tetapi juga memberikan kontribusi positif pada masyarakat dan lingkungan di sekitarnya.¹²⁵

B. Good Corporate Governance

1. Pengertian

Istilah *Good Corporate Governance* diperkenalkan oleh Komite Cadbury pada tahun 1992 dalam laporannya yang dikenal sebagai *Cadbury Report*. Laporan inilah yang menentukan praktik *Good Corporate Governance* diseluruh dunia. Isu *Good Corporate Governance* semakin berkembang ketika beberapa peristiwa ekonomi penting terjadi.¹²⁶ Krisis keuangan Asia pada tahun 1997, dilanjut dengan kejatuhan perusahaan besar seperti Enron dan Worldcom tahun 2002, serta adanya isu terbaru yaitu krisis *subprime mortgage* di Amerika Serikat pada tahun 2008. Peristiwa tersebut menyadarkan dunia akan pentingnya penerapan *Good Corporate Governance*. Dampak dari krisis tersebut, banyak perusahaan berjatuh karena tidak mampu bertahan.¹²⁷

Good Corporate Governance (tata kelola perusahaan) merupakan serangkaian proses yang terorganisir dan sistematis yang digunakan untuk mengatur dan membimbing atau memimpin bisnis serta usaha-usaha perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan nilai-nilai korporasi serta kelangsungan perusahaan.¹²⁸

¹²⁵ Yan Leung Cheung, Weiqiang Tan, and Wenming Wang, 'National Stakeholder Orientation, Corporate Social Responsibility, and Bank Loan Cost', *Journal of Business Ethics*, 150.2 (2019). 24

¹²⁶ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern...*126

¹²⁷ J.P. Mangindaan, *Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Prinsip Good Governance...* 68

¹²⁸ Tata kelola perusahaan yang diterbitkan oleh berbagai pihak baik dari sudut pandang perspektif yang sempit (pemegang saham) dan sudut pandang yang luas (pemangku

Syakhroza mendefinisikan *Good Corporate Governance* sebagai suatu sistem yang dipakai *board* untuk mengarahkan dan mengendalikan serta mengawasi (*directing, controlling, and supervising*) pengelolaan sumber daya organisasi secara efisien, efektif, ekonomis, dan produktif dengan prinsip-prinsip *transparan, accountable, responsible, independent, dan fairness* (TARIF) dalam rangka mencapai tujuan organisasi.¹²⁹

Maldonado mengemukakan bahwa pada studi World Bank di tahun 1989, dimana istilah *governance* pertama kali dipopulerkan, terminology *governance* tidak secara eksplisit dipadankan dengan kata sifat '*good*' menjadi *good governance*.¹³⁰ Istilah *good governance* dalam laporan World Bank tersebut hanya digunakan oleh mantan Presiden World Bank Connable dalam kata pengantarnya, yang merujuk pada pelayanan publik yang efisien, sistem hukum yang dapat dipercaya (*reliable*) dan administrasi yang dapat dipertanggungjawabkan kepada publik (*accountable to public*),¹³¹ tetapi dalam perkembangannya *good governance* menjadi istilah baku yang kerap kali dipergunakan oleh World Bank dan berbagai lembaga internasional lainnya.¹³²

Good Corporate Governance dapat didefinisikan sebagai susunan aturan yang menentukan hubungan antara pemegang saham, manajer,

kepentingan), tetapi pada biasanya mengarah pada tujuan yang serupa. Lihat Gunawan Widjaja dan Yeremia Ardi Pratama, *Risiko Hukum Dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR* .. 19

¹²⁹ Maryati Mallongi, 'Telaah Karakteristik Corporate Social Responsibility (Csr) Untuk Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah', *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 2.1 (2020). 49

¹³⁰ Mangindaan. *Pengelolaan Keuangan Desa Berdasarkan Prinsip Good Governance* ...67

¹³¹ Being Bedjo Tamudjaja, *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*... 99.

¹³² Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern* (Y2P Publishing, 2020). 112

kreditor, pemerintah, karyawan dan stakeholder internal dan eksternal yang lain sesuai dengan hak dan tanggung jawabnya.¹³³ Selanjutnya dikemukakan oleh OECD (2004) *Good Corporate Governance* merupakan satu set hubungan antara manajemen perusahaan, dewan, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya.¹³⁴

Konsep *corporate governance* menilai bahwa mekanisme administratif yang mengatur hubungan-hubungan antara manajemen perusahaan, komisaris, direksi, pemegang saham dan kelompok-kelompok kepentingan (*stakeholders*) yang lain.¹³⁵ Tujuan utama dari *Good Corporate Governance* adalah untuk menciptakan sistem pengendalian dan keseimbangan (*check and balance*) untuk mencegah penyalahgunaan dari sumber daya dan tetap mendorong terjadinya pertumbuhan perusahaan.¹³⁶

Berdasarkan kondisi tersebut, pemerintah Indonesia dan lembaga-lembaga keuangan internasional memperkenalkan konsep *Good Corporate Governance*. Dalam studi yang dilakukan oleh *Asian Development Bank* (ADB) krisis yang terjadi di Asia disebabkan oleh lemahnya penerapan *Good Corporate Governance*.¹³⁷ Konsep *Good Corporate Governance* diharapkan dapat melindungi pemegang saham (*stockholders*) dan kreditor agar dapat memperoleh kembali investasinya. Penerapan *Good Corporate Governance* didasarkan pada teori agensi, yaitu teori agensi menjelaskan hubungan antara

¹³³ I S Tunggal and A W Tunggal, 'The Forum for *Good Corporate Governance* in Indonesia', *Havarindo: Jakarta*, (2020). 45

¹³⁴ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern...* 119

¹³⁵ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern ...*115

¹³⁶ Nur Ainy, 'Impact of Financial Performance On Firm Value: The Mediation Role Of CSR Disclosure', *ICEA-FAA Bucharest*, (2019). 14

¹³⁷ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern...*126

manajemen dengan pemilik.¹³⁸ Manajemen sebagai agen bertanggungjawab mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak.¹³⁹

2. Teori *Stewardship* (Penatalayanan)

Shaw (2012) menjelaskan bahwa terdapat dua teori utama yang terkait dengan GCG yaitu *stewardship theory* dan *agency theory*.¹⁴⁰ Teori *steward* mempunyai akar psikologis dan sosiologi yang didesain untuk menjelaskan situasi dimana manajer sebagai *Steward* dan bertindak sesuai kepentingan pemilik. Dalam teori *stewardship*, manajer akan berperilaku sesuai kepentingan bersama.¹⁴¹ Ketika kepentingan *steward* dan pemilik tidak sama, *steward* akan berusaha bekerjasama daripada menentanginya, karena *steward* merasa kepentingan bersama dan berperilaku sesuai dengan perilaku pemilik merupakan pertimbangan yang rasional, karena *steward* lebih melihat pada usaha untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan kata lain, *stewardship theory* memandang manajemen sebagai pihak yang dapat dipercaya untuk bertindak dengan sebaik-baiknya bagi kepentingan publik maupun stakeholder.¹⁴²

Asumsi utama dari *stewardship* adalah manajer menyelaraskan tujuan sejalan dengan sasaran organisasi dan bukan pada sasaran pribadi.¹⁴³ Implikasi pengelolaan dalam studi ini, saat

¹³⁸ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern...*129

¹³⁹ Zamzami Ahmad, *Teori Good Governance dan Terapannya* (Jakarta: Azzmi, 2021).

¹⁴⁰ Zamzami Ahmad, *Teori Good Governance dan Terapannya...*109

¹⁴¹ Eko Raharjo, 'Teori Agensi Dan Teori *Stewardship* Dalam Perspektif Akuntansi', *Fokus Ekonomi*, 2.1 (2019). 39–40.

¹⁴² Andrew Keay, 'Stewardship Theory: Is Board Accountability Necessary?', *International Journal of Law and Management*, 59.6 (2019). 1314

¹⁴³ Zamzami Ahmad, *Teori Good Governance dan Terapannya...*119

bank umum syariah melaksanakan operasionalnya berdasarkan prinsip syari'ah, selaras dengan sasaran bank syari'ah yaitu mengorientasikan aktivitas ekonomi masyarakat agar berinteraksi secara Islam dan bebas dari praktik riba, *gharar* serta *maysir*.¹⁴⁴

Saat bank menjalankan operasionalnya menjalankan kepatuhan syariah.¹⁴⁵ Kepatuhan terhadap syariah akan mengatasi keraguan masyarakat tentang kehilangan hak istimewa cari dalam layanan perbankan syariah yang akan mereka mempengaruhi pilihan mereka dalam menggunakan layanan perbankan lainnya atau melanjutkan penggunaan layanan yang diberikan oleh perbankan syari'ah.¹⁴⁶

Teori *stewardship* adalah teori yang menggambarkan situasi dimana para manajer tidaklah termotivasi oleh tujuan-tujuan individu tetapi lebih ditujukan pada sasaran hasil utama mereka untuk kepentingan organisasi,¹⁴⁷ sehingga teori ini mempunyai dasar psikologi dan sosiologi yang telah dirancang dimana para eksekutif sebagai *steward* termotivasi untuk bertindak sesuai keinginan prinsipal, selain itu perilaku *steward* tidak akan meninggalkan organisasinya sebab *steward* berusaha mencapai

¹⁴⁴ Syafii Antonio, *Bank Syariah Bagi Banker Dan Praktisi Keuangan* (Jakarta: Tazkia Institut, 2020). 12

¹⁴⁵ Kepatuhan syariah merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di bank syariah, dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku, dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan bank syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia. Kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah merupakan keharusan dalam perbankan islam, maka penasehatan atau pengawasan syariah adalah aspek penting yang lain. Dan dapat dikatakan bahwa penasehatan dan pengawasan syariah merupakan bagian tak terpisahkan dari kepatuhan syariah. Dalam konteks ini, mencakup keberadaan Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah bagian penting dari kerangka regulasi kepatuhan syariah. Lihat Adrian Sutedi, *Perbankan Syari'ah* (Ghalilea, 2021). 145

¹⁴⁶ Syafii Antonio, *Bank Syariah Bagi Banker Dan Praktisi Keuangan ...* 53

¹⁴⁷ Zamzami Ahmad, *Teori God Governance dan Terapannya...* 109

sasaran organisasinya.¹⁴⁸ Teori ini didesain bagi para peneliti untuk menguji situasi dimana para eksekutif dalam perusahaan sebagai pelayan apat termotivasi untuk bertindak dengan cara terbaik pada prinsipnya.

Pada *stewardship theory*, model of man ini didasarkan pada pelayan yang memiliki perilaku dimana dia dapat dibentuk agar selalu dapat diajak bekerjasama dalam organisasi, memiliki perilaku kolektif atau berkelompok dengan utilitas tinggi daripada individunya dan selalu bersedia untuk melayani.¹⁴⁹ Pada teori *stewardship* terdapat suatu pilihan antara perilaku *self serving* dan *pro-organisational*, perilaku pelayan tidak akan dipisahkan dari kepentingan organisasi adalah bahwa perilaku eksekutif disejajarkan dengan kepentingan *principal* dimanapun *steward* berada.¹⁵⁰ *Steward* akan menggantikan atau mengalihkan *self serving* untuk berperilaku kooperatif. Sehingga meskipun kepentingan antara *steward* dan *principal* tidak sama, *steward* tetap akan menjunjung tinggi nilai kebersamaan.¹⁵¹ Sebab *steward* berpedoman bahwa terdapat utilitas yang lebih besar pada perilaku kooperatif, dan perilaku tersebut dianggap perilaku rasional yang dapat diterima.

Mengacu pada teori *stewardship*, perilaku *steward* adalah kolektif, sebab *steward* berpedoman dengan perilaku tersebut tujuan organisasi dapat dicapai. Misalnya peningkatan penjualan atau profitabilitas. Perilaku ini akan menguntungkan *principal* termasuk *outside owner* (melalui efek positif yang ditimbulkan oleh

¹⁴⁸ Zamzami Ahmad, *Teori God Governance dan Terapannya...*109

¹⁴⁹ Mc. Wija, *God GovernanceTeory* (Jakarta: Aset Ilmu, 2020). 101

¹⁵⁰ Mc. Wija, *God GovernanceTeory* (Jakarta: Aset Ilmu, 2020). 101

¹⁵¹ Mc. Wija, *God GovernanceTeory* ...101

laba dalam bentuk *dividen* dan *shareprices*), hal ini juga memberikan manfaat pada status manajerial, sebab tujuan mereka ditindak lanjuti dengan baik oleh *steward*.¹⁵² Para ahli teori *stewardship* mengasumsikan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara kesuksesan organisasi dengan kepuasan principal. *Steward* melindungi dan memaksimalkan stakeholder melalui kinerja perusahaan, oleh karena itu fungsi utilitas *steward* dimaksimalkan.¹⁵³

Teori *stewardship* pada konteks akuntabilitas dalam *Good Corporate Governance* mengacu pada pandangan bahwa manajemen perusahaan bertanggung jawab atas aset dan sumberdaya perusahaan, dan mereka diharapkan untuk mengelolanya dengan itikad baik dan kepentingan jangka panjang perusahaan.¹⁵⁴

Penerapan teori *stewardship* dalam *Good Corporate Governance* mengimplikasikan bahwa manajemen harus bertindak sebagai pengurus yang bertanggungjawab dan transparan terhadap para pemegang saham dan stakeholder lainnya.¹⁵⁵ Hal ini sebenarnya dapat dicapai dengan membuat laporan keuangan yang dapat diakses dan dipahami, memberikan pemegang saham dan pihak terkait lainnya akses terhadap informasi terkait, dan menerapkan prosedur manajemen risiko yang efisien.¹⁵⁶

¹⁵² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*26

¹⁵³ Eko Raharjo, 'Teori Agensi Dan Teori Stewardship Dalam Perspektif Akuntansi', *Fokus Ekonomi*, 2.1 (2019). 39–40.

¹⁵⁴ Herni Syahara and others, 'Implementasi Dan Teori Stewardship Pada Konteks Penelitian Akuntansi : Studi Literatur', *Jurnal Karimah Tauhid*, 3.4 (2024). 47

¹⁵⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*28

¹⁵⁶ Herni Syahara and others, 'Implementasi Dan Teori Stewardship Pada Konteks Penelitian Akuntansi : Studi Literatur', *Jurnal Karimah Tauhid*, 3.4 (2024). 47

Penerapan teori *stewardship* juga mencakup pembentukan struktur tata kelola perusahaan yang kuat, termasuk komite-komite independen, pengaturan remunerasi yang adil, dan sistem insentif yang mendorong tindakan-tindakan yang menguntungkan jangka panjang perusahaan.¹⁵⁷ Dengan demikian, penerapan teori *stewardship* dalam *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan akuntabilitas manajemen terhadap pemegang saham dan stakeholder lainnya, serta mengarah pada pengelolaan perusahaan yang lebih efisien dan berkelanjutan.

Teori *stewardship* menggunakan manfaat yang tidak berwujud untuk mendorong karyawan melakukan banyak upaya demi keuntungan organisasi. Ada tiga keadaan psikologis: pemahaman koneksi aktual, pengalaman akuntabilitas atas hasil, dan pengalaman memahami pekerjaan.¹⁵⁸ Pekerjaan harus dibangun kembali untuk mencakup keragaman, pengetahuan, kemampuan untuk mengidentifikasi aktivitas yang dapat diterima, kemandirian, dan umpan balik untuk menambah fasilitas yang diperlukan.¹⁵⁹

Penerapan teori *stewardship* meningkatkan motivasi kerja intrinsik dan memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan tingkat kinerja yang sepadan dengan kepuasan kerja. Manajer mengidentifikasi diri sebagai bagian dari organisasi tertentu ketika mereka mendefinisikan diri mereka sesuai dengan maksud, visi, dan sasarannya.¹⁶⁰ Komitmen organisasional adalah bagian penting dari profil psikologis seorang *steward* karena

¹⁵⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*26

¹⁵⁸ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*29

¹⁵⁹ Eko Raharjo, 'Teori Agensi Dan Teori Stewardship Dalam Perspektif Akuntansi', *Fokus Ekonomi*, 2.1 (2019). 39–40.

¹⁶⁰ Malayu Hasibuan, *Organisasi Dan Motivasi ; Dasar Peningkatan Produktivitas*, Jakarta (Bumi Aksara, 2019). 89

memungkinkan sebuah organisasi diidentifikasi di dalam struktur psikologis *steward*.¹⁶¹

Komponen kunci dari dinamika antara manajer dan pelaku adalah bagaimana wewenang digunakan. Menurut filosofi manajemen, kepemimpinan dan manajemen tidak ada hubungannya dengan kekuasaan. Karena sangat membutuhkan otoritas, para manajer bertujuan untuk mengendalikan dan membimbing orang-orang, menyuarakan pemikiran mereka dengan keyakinan, menikmati posisi mereka sebagai pemimpin dan menjalankannya secara naluriah.¹⁶²

2. Teori *Agency*

Agency theory yang dikembangkan oleh Michael Johnson, memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai *agents* bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri, bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham.¹⁶³

Teori *agency* adalah hubungan atau kontrak antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*). Masalah yang mendasari teori keagenan (*agency theory*) adalah konflik kepentingan antara pemilik dan manajer. Pemilik disebut *principal* dan manajer disebut *agent*.¹⁶⁴ Agen merupakan dua pihak yang masing-masing saling memiliki tujuan yang berbeda dalam mengendalikan perusahaan

¹⁶¹John Suprianto, *Penilaian Pelaksanaan Dan Pengembangan Karyawan* (BPFE, 2021). 43

¹⁶²Malayu Hasibuan, *Organisasi Dan Motivasi ; Dasar Peningkatan Produktivitas*, Jakarta 89

¹⁶³Suyud Margono, *Aspek Hukum Yayasan: Antara Fungsi Karitatif & Kegiatan Komersial* (Novindo Pustaka Mandiri, 2020). 109

¹⁶⁴John Suprianto, *Penilaian Pelaksanaan Dan Pengembangan Karyawan* 49

terutama menyangkut bagaimana maksimalkan kepuasan dan kepentingan dari hasil yang dicapai melalui aktivitas usaha.¹⁶⁵

Mengutip Jensen dan Meckling, Mc. Wija menyatakan bahwa teori keagenan disebut juga sebagai teori kontraktual yang memandang suatu perusahaan sebagai suatu perikatan kontrak antara anggota-anggota perusahaan.¹⁶⁶ Hubungan keagenan adalah sebagai suatu kontrak antara satu atau lebih pihak yang mempekerjakan pihak lain untuk melakukan suatu jasa untuk kepentingan mereka yang meliputi pendelegasian beberapa kekuasaan pengambilan keputusan kepada pihak lain tersebut.¹⁶⁷ Dengan demikian, teori ini mengindikasikan adanya kepentingan pada setiap pihak yang ada di perusahaan untuk mencapai tujuan.

Teori agensi didasarkan pada 3 asumsi, yakni asumsi terkait karakter manusia, struktur keorganisasian, informasi. Ketiga unsur ini yang menjadi landasan teori agensi dalam menjelaskan keterkaitan antara *principal* dan *agent*. Hal ini cukup relevan dengan beberapa fakta di bidang akuntansi, seperti kecurangan (*fraud*), tata kelola perusahaan, nilai perusahaan dan pemeriksaan (*audit*).¹⁶⁸

Teori agensi juga melihat bahwa didalam organisasi bisa saja timbul konflik antar anggota organisasi itu sendiri. Oleh karena itu, guna menghindari hal tersebut tata kelola yang baik didalam suatu

¹⁶⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*29

¹⁶⁶ Mc. Wija, *God Governance Teory* ...109

¹⁶⁷ Malayu Hasibuan, *Organisasi Dan Motivasi ; Dasar Peningkatan Produktivitas*, Jakarta... 90

¹⁶⁸ Dede Sutisna and others, 'Studi Literatur Terkait Peranan Teori Agensi Pada Konteks Berbagai Issue Di Bidang Akuntansi', *Karimah Tauhid*, 3.4 (2024), 21

organisasi atau perusahaan akan sangat berguna untuk meminimalisir terjadinya konflik yang dapat mengganggu stabilitas organisasi.¹⁶⁹

Terdapat 5 pilar GCG yang ditetapkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG), yang dikenal dengan konsep TARIF (*Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, and Fairness*), yaitu:

- a. Transparansi (*Transparency*), yaitu keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materiil dan relevan mengenai perusahaan.
- b. Akuntabilitas (*Accountability*), yaitu kejelasan fungsi, pelaksanaan dan pertanggungjawaban organisasi sehingga pengelolaan perusahaan terlaksana secara efektif.
- c. Pertanggungjawaban (*Responsibility*), yaitu kesesuaian di dalam pengelolaan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
- d. Kemandirian (*Independency*), yaitu suatu keadaan dimana perusahaan dikelola secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh atau tekanan dari pihak manapun yang tidak sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan prinsip-prinsip korporasi yang sehat.
- e. Kewajaran (*Fairness*), yaitu keadilan dan kesetaraan di dalam memenuhi hak-hak Stakeholders yang timbul berdasarkan perjanjian dan peraturan-undangan yang berlaku.¹⁷⁰

Bagi Kaen dan Shaw sebagaimana dikutip Mc. Wija, terdapat empat komponen utama yang diperlukan dalam konsep GCG yaitu *fairness, transparency, accountability* dan *responsibility*. Keempat komponen tersebut penting karena penerapan prinsip *Good Corporate Governance* secara konsisten terbukti dapat meningkatkan kualitas laporan keuangan dan juga dapat menjadi penghambat aktivitas

¹⁶⁹ John Suprianto, *Penilaian Pelaksanaan Dan Pengembangan Karyawan* 89

¹⁷⁰ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern* ... 112

rekayasa kinerja yang mengakibatkan laporan keuangan tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan.¹⁷¹

Pada era awal 90-an bermunculan industri atau perusahaan yang orientasinya keuntungan semata. Perusahaan-perusahaan tersebut mencemari lingkungan secara terang-terangan demi tercapainya keuntungan.¹⁷² Dampak kerusakan lingkungan yang terjadi cukup beragam, mulai dari pemanasan global, pencemaran lingkungan hidup, deforestasi, kerusakan sumber daya alam, dan lain-lain. Sayangnya, perusahaan terkait cenderung abai terhadap dampak negatif yang timbul akibat operasional perusahaan ini.

Pada 1994, John Elkington sebagaimana dikutip Nor Hadi melayangkan kritik tajam kepada perusahaan dan industri tersebut melalui bukunya *cannibal with forks*. John Elkington mencetuskan konsep *triple bottom line* (TBL).¹⁷³ Secara singkat, *triple bottom line* adalah konsep yang berhubungan dengan tiga unsur penting, yaitu kesejahteraan ekonomi, kualitas lingkungan, dan keadilan sosial. Dengan kata lain, pengukuran kinerja perusahaan tidak hanya dilihat dari segi ekonomi, tetapi juga dari aspek sosial dan lingkungan.¹⁷⁴ Tiga unsur tersebut dianggap sebagai landasan fundamental untuk membangun bisnis yang berkelanjutan.¹⁷⁵ Dengan demikian maka *triple bottom line* adalah konsep bisnis berkelanjutan yang mengukur nilai kesuksesan sebuah perusahaan menggunakan tiga

¹⁷¹ Mc. Wija, *God GovernanceTeory* ...109

¹⁷² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*56

¹⁷³ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*56

¹⁷⁴ Suyud Margono, *Aspek Hukum Yayasan: Antara Fungsi Karitatif & Kegiatan Komersial* ...109

¹⁷⁵ Mohammad Abdul Mukhyi, *Dimensi Manajemen Strategi* 21

kriteria, yaitu *people* (sosial), *planet* (Lingkungan), dan *profit* (ekonomi).¹⁷⁶

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) di Indonesia merupakan kebutuhan penting agar perusahaan mampu bersaing di tengah kompetisi global yang semakin ketat. Prinsip-prinsip GCG diarahkan untuk memperbaiki tata kelola perusahaan melalui transparansi, akuntabilitas, dan pengambilan keputusan yang sistematis.¹⁷⁷ Dengan begitu, kinerja, pertumbuhan, dan pengelolaan keuangan perusahaan dapat dievaluasi lebih objektif, sekaligus menjamin kepentingan pemegang saham dan stakeholder lainnya.

Selain meningkatkan kinerja, menurut Ahmad Daniri, GCG juga berfungsi sebagai mekanisme perlindungan bagi investor dengan memastikan bahwa manajemen mengelola dana secara tepat dan bertindak sesuai kepentingan perusahaan. Penerapan GCG yang konsisten terbukti dapat meningkatkan reputasi, nilai saham, dan tingkat kepercayaan investor.¹⁷⁸ Secara teoretis, tata kelola yang baik tidak hanya memperkecil risiko penyalahgunaan wewenang, tetapi juga mendorong terciptanya keberlanjutan usaha dan daya saing jangka panjang.¹⁷⁹

C. Strategi Implementasi *Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance*

Glueck dan Jauch menjelaskan bahwa strategi adalah arah dan cakupan organisasi yang secara ideal untuk jangka yang lebih panjang,

¹⁷⁶ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern ...* 112

¹⁷⁷ Prasetyono, *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Earnings Management Di Indonesia* (Jakarta: Adab, 2020). 34

¹⁷⁸ Ahmad Daniri, *Good Corporate Governance: Konsep Dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia* (Ray Indonesia, 2019). 119

¹⁷⁹ Prasetyono, *Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Dan Earnings Management Di Indonesia* 120

yang menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan yang berubah, dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan dan kliennya untuk memenuhi harapan stakeholder.¹⁸⁰ Mengutip Michael Porter, Rahmat mengatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk menghantarkan nilai yang unik. Kemudian Rahmat juga mengutip Thompson dan Stikland menegaskan strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan sesuai target.¹⁸¹

Peneliti menyimpulkan bahwa strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi adalah sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan.

Implementasi *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial) dan *Good Governance* (tata kelola yang baik) memiliki peran penting dalam menciptakan keberlanjutan dan membangun hubungan yang baik antara perusahaan, pemerintah, dan masyarakat. Strategi implementasi yang efektif dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan serta mendorong keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Nor Hadi merinci beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk implementasi CSR dan *Good Governance*:

1. Keterlibatan Stakeholder

Melibatkan stakeholder internal dan eksternal dalam proses perencanaan dan pelaksanaan program CSR. Stakeholder seperti karyawan, masyarakat sekitar, pelanggan, pemerintah, dan mitra

¹⁸⁰ William F. Glueck Lawrence R. Jauch, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, ed. by Agus Dharma (Erlangga, 2012). 45

¹⁸¹ Rahmat, *Manajemen Strategi* (Pustaka Setia, 2016). 47

bisnis harus dilibatkan untuk memastikan program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Strategi ini bertujuan menciptakan transparansi, membangun kepercayaan, dan meningkatkan partisipasi aktif dari berbagai pihak.

2. Transparansi dan Akuntabilitas

Menerapkan prinsip transparansi dalam pengelolaan program CSR dan *Good Corporate Governance* dengan memberikan informasi yang jelas, terbuka, dan dapat dipertanggungjawabkan kepada publik dan pemangku kepentingan. Tujuannya adalah meningkatkan kepercayaan publik dan pemangku kepentingan terhadap perusahaan, serta memastikan bahwa keputusan diambil dapat dipertanggungjawabkan.

3. Integrasi Nilai Keadilan dan Etika

Strategi: Memastikan bahwa program CSR dan praktik *Good Corporate Governance* berlandaskan pada nilai-nilai keadilan, etika, dan keberlanjutan, seperti yang tercermin dalam prinsip-prinsip Pancasila atau nilai-nilai sosial yang relevan. Tujuannya adalah mewujudkan keadilan sosial bagi semua pihak yang terlibat, mengurangi ketimpangan, dan menjaga keseimbangan antara kepentingan perusahaan dan masyarakat.

4. Peningkatan Kapasitas dan Pemberdayaan Masyarakat

Menyusun program CSR yang tidak hanya memberikan bantuan sosial, tetapi juga berfokus pada pemberdayaan masyarakat, seperti pelatihan keterampilan, pembinaan usaha kecil, dan pembangunan infrastruktur sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

5. Kepemimpinan yang Berintegritas

Menumbuhkan budaya kepemimpinan yang transparan, berintegritas, dan bertanggung jawab dalam perusahaan. Pemimpin harus memberikan contoh dalam pelaksanaan prinsip tata kelola yang baik dan tanggung jawab sosial.

6. Kemitraan dan Kolaborasi

Mengembangkan kemitraan dengan berbagai pihak, seperti LSM, pemerintah, komunitas, dan sektor swasta untuk memperkuat implementasi CSR dan *Good Corporate Governance*¹⁸².

Dengan menerapkan strategi-strategi ini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kinerja CSR-nya, tetapi juga dapat memperkuat praktik *Good Corporate Governance* yang baik, menciptakan nilai yang

¹⁸² Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*56

berkelanjutan, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan.¹⁸³

Secara teori, CSR dan GCG memiliki hubungan yang erat dan dapat berkontribusi dalam meningkatkan GCG yaitu dalam hal:

1. Peningkatan Transparansi dan Akuntabilitas

Program CSR yang dilaksanakan secara transparan dapat meningkatkan akuntabilitas perusahaan. Dalam konteks GCG, transparansi adalah salah satu prinsip utama, di mana perusahaan diharapkan untuk terbuka dalam segala aspek operasional, termasuk pengelolaan sumber daya dan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, dengan melaksanakan CSR yang baik dan terukur, perusahaan dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap akuntabilitas dan transparansi.

2. Membangun Kepercayaan Stakeholder

CSR yang dijalankan dengan integritas dan orientasi jangka panjang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata para pemangku kepentingan (stakeholders). Dengan memberikan perhatian pada aspek sosial dan lingkungan, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban moral dan hukum, tetapi juga memperkuat citra mereka sebagai perusahaan yang bertanggung jawab. Kepercayaan stakeholders ini, pada gilirannya, dapat memperkuat implementasi GCG, karena perusahaan yang dipercaya lebih cenderung untuk mengikuti prinsip-prinsip GCG yang baik.

3. Mengurangi Risiko

CSR dapat mengurangi risiko yang dapat mempengaruhi perusahaan, termasuk risiko reputasi, risiko lingkungan, dan risiko hukum. Dengan mengelola isu-isu sosial dan lingkungan secara proaktif, perusahaan dapat menghindari potensi konflik atau masalah hukum yang dapat merusak citra dan kinerja mereka. GCG yang baik juga berfungsi untuk mengelola dan memitigasi risiko secara efektif, sehingga CSR yang diterapkan dengan baik mendukung pencapaian tujuan GCG.¹⁸⁴

¹⁸³ Christine A. Mallin, *International Corporate Governance*, ed. by Edward Elgar Publishing (2006). 221

¹⁸⁴ Mc. Wija, *CSR Perusahaan* (Jakarta: K9EFundation, 2020). 45

Sebaliknya, GCG yang kuat juga dapat mendukung pelaksanaan CSR yang lebih efektif. Struktur tata kelola yang baik memastikan bahwa kebijakan dan pelaksanaan CSR dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip yang adil, transparan, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, GCG yang efektif dapat memberikan landasan yang kokoh bagi kebijakan CSR yang berkelanjutan dan berimpak positif.¹⁸⁵

Dengan demikian, CSR dan GCG bukan hanya saling melengkapi, tetapi juga saling memperkuat dalam menciptakan perusahaan yang bertanggung jawab, transparan, dan dapat dipercaya oleh semua pemangku kepentingan.

D. Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Perspektif Ekonomi Islam

1. Corporate Social Responsibility

Nilai-nilai ajaran Islam berdasarkan yaitu hukum Islam yang mengacu pada Al Qur'an dan hadis, *ijma* (kesepakatan para ulama) dan *qiyas* (analogi). Ajaran Islam yang diturunkan oleh Allah bertujuan untuk memberikan kebaikan kepada manusia atau menjauhkan mereka daripada keburukan, ini sejalan dengan tujuan sistem sosial dalam Islam yang berdasarkan pada *falah* (kesejahteraan) dan *hayat tayyibah* (kehidupan yang baik).¹⁸⁶

CSR berkaitan erat dengan etika bisnis oleh karena itu konsep CSR dalam Islam juga berkaitan dengan konsep etika bisnis dalam Islam, paradigma Islam tentang etika bisnis adalah adanya konsepsi hubungan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia lain dan

¹⁸⁵ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*59

¹⁸⁶ Rohidin, Pengantar Hukum Islam, *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol.1/2/2019, 88

manusia dengan lingkungannya.¹⁸⁷ Konsep ini sejalan dengan *triple bottom line* CSR (3P) yang terdiri dari tiga komponen penting *sustainable development*, 3P merupakan singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*.

Bisnis menurut Islam memiliki kedudukan yang sangat terhormat juga penting karena tidak hanya sekedar diizinkan dalam Islam, tetapi malah diperintahkan oleh Allah dalam Al-Qur'an Surat Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.

Pada ayat ini Allah menerangkan bahwa setelah selesai melakukan salat Jumat, umat Islam boleh bertebaran di muka bumi untuk melaksanakan urusan duniawi, dan berusaha mencari rezeki yang halal, sesudah menunaikan yang bermanfaat untuk akhirat. Hendaklah mengingat Allah sebanyak-banyaknya dalam mengerjakan usahanya dengan menghindarkan diri dari kecurangan, penyelewengan dan lain-lainnya. Allah Maha Mengetahui segala sesuatu yang tersembunyi apalagi yang tampak nyata.¹⁸⁸

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial,

¹⁸⁷ Ahmad Daniri, *Good Corporate Governance: Konsep Dan Penerapannya Dalam Konteks Indonesia* ... 123

¹⁸⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Tafsirnya* (Widya Cahaya, 2015). 665

antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain. CSR merujuk pada kewajiban-kewajiban perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada.¹⁸⁹ Hakikat falsafah ekonomi Islam yang tercermin dalam CSR difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah 32:

مِنْ أَجْلِ ذَٰلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَءِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ
نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ
أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا
بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِن كَثِيرًا مِنْهُمْ بَعْدَ ذَٰلِكَ فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ



Artinya: Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. Dan barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi.

Konsep hubungan manusia ini dalam Islam dikenal dengan istilah *hablumminallah wa hablumminannas* merupakan landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi Muslim.

¹⁸⁹ Muhammad Fahrurrozi and Ika Purwanti, 'Hakikat Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Islam', *Seminar Nasional Dan Call for Papers Ekonomi Syariah 2016 'Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Sektor Riil Di Indonesia'*, 2019. 94.

Hablumminallah maupun *hablumminannas* adalah dua aspek yang tidak dapat dipisahkan, kedua hubungan tersebut harus berjalan dengan seimbang dimana hubungan sesama manusia tidak boleh bertentangan dengan hubungan kita kepada Allah.¹⁹⁰ *Hablumminallah* adalah amalan-amalan yang termasuk persoalan ibadah, contohnya sholat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Qur'an zikir, tahlil, shalawat dan lain-lain. *Hablumminnas* (hubungan manusia dengan manusia) merupakan salah satu kewajiban bagi Muslim yang diperintahkan Allah SWT sebagai upaya menjalin hubungan antara manusia.¹⁹¹

Allah menurunkan syari'at tidak hanya berisi aturan untuk beribadah, tetapi juga untuk mengatur hubungan sesama manusia. Islam mengatur banyak hal tentang urusan antar sesama manusia.¹⁹² Mulai dari perkara jual beli, pinjam meminjam, sewa-menyewa, pembagian warisan, hukuman untuk tindakan kriminal, pernikahan dan banyak hal yang menyangkut urusan manusia.

CSR selaras dengan pandangan Islam tentang manusia sehubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosial, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (*tauhid*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).¹⁹³

¹⁹⁰ Artha Uly, 'Penerapan Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pengaturan Corporate Social Responsibility Di Indonesia', *Law Reform*, 7.2 (2012), 121

¹⁹¹ Ugi Suharto, *Kuangan Publik Islam : Reinterpretasi Zakat Dan Pajak, Studi Kitab Al Amwal Abu Ubayd* (Pusat studi Zakat (PSZ, 2018). 56

¹⁹² AndriiNirwana, *Fikih SiyasahMaliyah (KeuanganPublikiIslam)*, (Searfikih, 2017). 19

¹⁹³ Muslihati Muslihati, Siradjuddin Siradjuddin, and Syahrudin Syahrudin, 'Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Ekonomi Islampada Bank Syariah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2.1 (2019), 29

Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah SWT di dalam Al-Quran. Bisnis dalam perspektif ekonomi Islam bersifat universal, kepemilikan, pemanfaatan dan pelaksanaannya dapat dilakukan oleh siapapun tanpa sekat agama, kepercayaan, ras, suku dan bahasa.¹⁹⁴ Kegiatan bisnis merupakan bagian dari pelaksanaan peran manusia sebagai khalifah dalam rangka memakmurkan bumi berdasarkan petunjuk Allah sekaligus sebagai ibadah kepada Allah.¹⁹⁵

Pelaksanaan CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikan ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu: adil, ihsan, manfaat dan amanah.¹⁹⁶

a. Adil

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.¹⁹⁷ Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika perusahaan mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Islam mengharuskan berbuat adil dalam beraktivitas pada dunia bisnis. Hal ini diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan

¹⁹⁴ Mukhyi, *Dimensi Manajemen Strategi* (Jakarta, Madani, 2021) 88

¹⁹⁵ Ali Jhon Alfi, *Muslim Dan Bisnis* (Madani Publlishing, 2019). 67

¹⁹⁶ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam* (UIN Malang Press, 2021). 167

¹⁹⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam ...* 168

keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional bisnis.¹⁹⁸

Dalam Islam, CSR merupakan praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis. Kegiatan CSR harus dijalankan sesuai prinsip-prinsip syariah, seperti *justice and equalibrium*, yang berfungsi menjaga keadilan dan keseimbangan.¹⁹⁹ CSR sendiri merupakan model bisnis yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan masyarakat dan lingkungan. Kegiatan CSR terbagi menjadi empat kategori tanggung jawab, yaitu lingkungan, etis, filantropis, dan ekonomis.²⁰⁰

Firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

Konsep kaidah fikih mengatakan *la tazhlimuuna walaa tuzhlamun* yang berarti tidak melakukan keadilan maupun

¹⁹⁸ Ali Jhon Alfi, *Muslim Dan Bisnis* 67

¹⁹⁹ Andri Nirwana, *Fikih Siyasah Maliyah (Keuangan Publik Islam)...* 78.

²⁰⁰ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern ...* 118

dizalimi. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Muslim:

عن أبي ذر الغفاري رضي الله عنه ، عن النبي صلى الله عليه وسلم فيما يرويه عن ربه عز وجل أنه قال : «يا عبادي ! إني حرمت الظلم على نفسي ، وجعلته بينكم محرما ؛ فلا تظالموا

...

Artinya: Dari Abu Dzar al-Ghifâri Radhiyallahu anhu bahwa Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam meriwayatkan firman Allah Azza wa Jalla, “Wahai hamba-Ku! Sesungguhnya Aku mengharamkan kezhaliman atas diri-Ku dan Aku menjadikannya haram di antara kalian. Maka, janganlah kalian saling menzalimi...(HR. Muslim No. 2577)²⁰¹

Prinsip ini sebagai aktualisasi keadilan yang dilakukan dalam bermuamalah. Sehingga konsekuensinya adalah:

- 1) Tidak adanya kerusakan dalam implementatif di ekonomi adalah *no externalities*.²⁰²
- 2) Tidak adanya *gharar* (ketidakjelasan transaksi/spekulasi) dalam arti implementatif dalam ekonomi adalah *uncertainty with zero sum game*.²⁰³
- 3) Tidak adanya *maisir* (judi, taruhan) dalam arti implementatif dalam ekonomi adalah *uncertainty with zero sum game in utility exchange* (ketidakpastian dalam bisnis).

²⁰¹ Al-Bayan, *Shahih Bukhari Muslim*. (Jabal, 2008). 772

²⁰² *No externalities* artinya tidak ada biaya eksternal, sehingga biaya sosial marjinal sama dengan biaya pribadi marjinal

²⁰³ *Gharar* adalah istilah dalam hukum Islam yang berarti ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam suatu transaksi yang berpotensi merugikan salah satu pihak. *Gharar* dilarang dalam Islam karena melanggar prinsip syariah yang idealnya harus transparan dan memberi keuntungan bagi kedua belah pihak

- 4) Tidak ada riba dalam arti implementatif dalam ekonomi adalah *exchange of liability*.²⁰⁴

b. Ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok.²⁰⁵ Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.²⁰⁶

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial.²⁰⁷ Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, transaksi yang baik. Serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada stakeholders.²⁰⁸

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok.²⁰⁹ Pelaksanaan CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok

²⁰⁴ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern ...* 119

²⁰⁵ Mc. Wija, *Tradisi Kesalehan Individual Dan Kesalehan Sosial* (Binangkit K9, 2021). 82

²⁰⁶ Moh Toriquddin, 'Marketing Ethics Quranic Perspectives and Their Relevance in Shari'a Banking', *De Jure: Journal of Law and Shari'a*, 7.2 (2015). 25.

²⁰⁷ Muslihati Muslihati, Siradjuddin Siradjuddin, and Syahrudin Syahrudin, 'Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Ekonomi Islampada Bank Syariah', *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2.1 (2018). 42

²⁰⁸ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern ...* 121

²⁰⁹ Irham Fahmi, *Etika Bisnis...* 79

melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.²¹⁰

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 195:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِكُمُ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ

اللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.

c. Manfaat

Konsep ihsan di atas sejatinya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi.²¹¹ Perusahaan sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk filantropi dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.²¹²

d. Amanah dan Tanggungjawab

Perusahaan yang menerapkan CSR harus memenuhi dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta

²¹⁰ Andrian Sutedi, *Perbankan Syari'ah*...99

²¹¹ Ahmad Zaidan, *Pengelolaan Perusahaan Modern* ... 119

²¹² Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern*. 77

menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis.²¹³ Amanah dalam perusahaan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran gaji karyawan. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

2. *Good Corporate Governance*

Islam mempunyai konsep yang jauh lebih lengkap dan lebih komprehensif serta akhlaqul karimah dan ketaqwaan pada Allah SWT yang menjadi tembok kokoh untuk tidak terperosok pada praktek illegal dan tidak jujur dalam menerima amanah.²¹⁴ Tata kelola perusahaan yang baik, yang dalam terminologi modern disebut sebagai *Good Corporate Governance* berkaitan dengan hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Aisyah r.a:

Artinya: Sesungguhnya Allah menyukai apabila seseorang melakukan sesuatu pekerjaan dilakukan dengan baik.²¹⁵

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ الْعَمَلَ أَنْ يُتَّقِيَهُ (رواه الطبران)

Prinsip *Good Corporate Governance* ekonomi Islam mengacu pada Al-Quran dan Al-Hadits yang menjadikannya unik dan berbeda dengan konsep *Good Corporate Governance* dalam pandangan dunia barat. Prinsip *Good Corporate Governance* secara umum adalah transparansi (*transparency*), akuntabilitas, dan tanggungjawab

²¹³ Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern*. 79

²¹⁴ Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern*. 77

²¹⁵ Sayyid Ahmad Al- Hasyimi, *Syarah Mukhtaarul Ahaadits* (Sinar Baru, 1993). 669

(*responsibility*), independensi (*indenpendency*), kewajaran dan kesetaraan (*fairness*).²¹⁶

Sedangkan prinsip *Good Corporate Governance* dalam Islam bagi Kelana yang mengutip Muqorobin meliputi tauhid, taqwa dan ridha, equilibrium (keseimbangan dan keadilan), dan kemaslahatan. Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* dalam perspektif Islam diwujudkan melalui kerangka syariah dalam pelaksanaan bisnis, keadilan dan kesetaraan demi kemaslahatan serta berorientasi pada Allah SWT sebagai pemilik dan otoritas tunggal di dunia.²¹⁷

Dalam pandangan ekonomi Islam, tata kelola perusahaan (*corporate governance*) tidak semata-mata dimaknai sebagai mekanisme kontrol bisnis, melainkan sebagai wujud penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas ekonomi.²¹⁸ Prinsip utama yang menjadi pijakan adalah keadilan, kesetaraan, dan kemaslahatan bersama, dengan keyakinan bahwa seluruh sumber daya merupakan titipan Allah SWT sebagai pemilik dan penguasa tunggal.²¹⁹ Oleh karena itu, praktik pengelolaan perusahaan bukan hanya bertujuan menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga menuntut akuntabilitas moral serta keberkahan yang berdampak pada kesejahteraan sosial secara luas.²²⁰

Jika dibandingkan dengan konsep konvensional, *good corporate governance* dalam Islam memiliki orientasi yang lebih inklusif. Pendekatan konvensional cenderung menitikberatkan pada kepentingan pemegang saham (*shareholder*), sedangkan perspektif

²¹⁶ Ali Jhon Alfi, *Muslim Dan Bisnis* 67

²¹⁷ Mulya Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern...* 79

²¹⁸ MA Effendi, *The Power of Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasi* (Salemba Empat, 2019). 29

²¹⁹ Lewis, *Perbankan Syariah; Prinsip, Praktik Dan Prospek* (Serambi, 2018). 65

²²⁰ Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern.* 99

syariah memberikan perhatian yang lebih besar pada seluruh pihak yang terkait dengan aktivitas perusahaan (*stakeholder*).²²¹ Mereka meliputi karyawan, pelanggan, masyarakat, hingga lingkungan, yang semuanya memiliki hak untuk memperoleh manfaat dan keadilan.

Dengan demikian, tata kelola berbasis syariah tidak hanya menekankan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga memastikan tercapainya tujuan terciptanya keberlanjutan, kesejahteraan, dan keadilan sosial,²²² mengacu kepada:

a. Tauhid

Tauhid merupakan fondasi utama seluruh ajaran Islam. Tauhid menjadi dasar seluruh konsep dan seluruh aktifitas Umat Islam, baik dibidang ekonomi, politik, sosial maupun budaya. Dalam Alquran disebutkan bahwa tauhid merupakan filsafat fundamental dari Ekonomi Islam,²²³ sebagaimana firman Allah dalam surat Az Zumar ayat 38 :

وَلَيْن سَأَلْتَهُمْ مَنْ خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ لَيَقُولُنَّ اللَّهُ قُلْ أَفَرَأَيْتُمْ مَا تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ أَرَادَنِيَ اللَّهُ بِضُرٍّ هَلْ هُنَّ كَاشِفَاتُ ضُرِّهِ أَوْ أَرَادَنِيَ بِرَحْمَةٍ هَلْ هُنَّ مُمْسِكَتُ رَحْمَتِهِ قُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ عَلَيْهِ يَتَوَكَّلُ الْمُتَوَكِّلُونَ

Artinya: dan sungguh jika kamu bertanya kepada mereka: "Siapakah yang menciptakan langit dan bumi?", niscaya mereka menjawab: "Allah". Katakanlah: "Maka Terangkanlah kepadaku tentang apa yang kamu seru

.... 31 ²²¹ MA Effendi, *The Power of Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasi*

²²² Lewis, *Perbankan Syariah; Prinsip, Praktik Dan Prospek*.... 69

²²³ Mulya Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern* ... 77

selain Allah, jika Allah hendak mendatangkan kemudharatan kepadaKu, Apakah berhala-berhalamu itu dapat menghilangkan kemudharatan itu, atau jika Allah hendak memberi rahmat kepadaKu, Apakah mereka dapat menahan rahmat-Nya? Katakanlah: "Cukuplah Allah bagiku". kepada- Nyalah bertawakkal orang-orang yang berserah diri.

Hakikat tauhid juga berarti penyerahan diri yang bulat kepada kehendak Ilahi. Baik menyangkut ibadah maupun Muamalah. Sehingga semua aktivitas yang dilakukan adalah dalam rangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai kehendak Allah.²²⁴ Apabila seseorang ingin melakukan bisnis, terlebih dahulu ia harus mengetahui dengan baik hukum agama yang mengatur perdagangan agar ia tidak melakukan aktivitas yang haram dan merugikan masyarakat.²²⁵ Dalam bermuamalah yang harus diperhatikan adalah bagaimana seharusnya menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah yang tertuntun oleh nilai-nilai ketuhanan.²²⁶

b. Taqwa dan Ridha

Prinsip atau azas taqwa dan ridha menjadi prinsip utama tegaknya sebuah institusi Islam dalam bentuk apapun azas taqwa kepada Allah dan ridha-Nya. Tata kelola bisnis dalam Islam juga harus ditegakkan di atas fondasi taqwa kepada Allah dan ridha-Nya.²²⁷

Dalam melakukan suatu bisnis hendaklah atas dasar suka sama suka atau sukarela. Tidaklah dibenarkan bahwa suatu perbuatan muamalah, misalnya perdagangan, dilakukan dengan pemaksaan

²²⁴ Mukhtar Yahya, *Dasar-Dasar Pembinaan Fiqh Islam* (Al-ma'arif, 1986). 23

²²⁵ Fathurrahman Azhari, *Qawaid Fiqhiyyah Muamalah* (LPKU, 2020). 56

²²⁶ Ali Jhon Alfi, *Muslim Dan Bisnis* 69

²²⁷ Mulya Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern ...* 79

ataupun penipuan. Jika hal ini terjadi, dapat membatalkan perbuatan tersebut. Prinsip ridha ini menunjukkan keikhlasan dan iktikad baik dari para pihak.

c. Ekuilibrium (Keseimbangan dan Keadilan)

Tawazun atau *mizan* (keseimbangan) dan *al-dalah* (keadilan) adalah dua buah konsep tentang ekuilibrium dalam Islam. *Tawazun* lebih banyak digunakan dalam menjelaskan fenomena fisik, sekalipun memiliki implikasi sosial, yang kemudian sering menjadi wilayah *al-adalah* atau keadilan sebagai manifestasi Tauhid khususnya dalam konteks sosial kemasyarakatan, termasuk keadilan ekonomi dan bisnis.²²⁸

Dalam konteks keadilan (sosial), para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi segala kewajibannya.²²⁹

d. Kemashlahatan

Secara umum, *mashlahat* diartikan sebagai kebaikan (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Para ahli ushul fiqh mendefenisikannya sebagai segala sesuatu yang mengandung manfaat, kebaikan dan menghindarkan diri dari mudharat, kerusakan dan mufsadah.

Imam al-Ghazali menyimpulkan bahwa mashlahat adalah upaya untuk mewujudkan dan memelihara lima kebutuhan dasar, yaitu:

- a. Pemeliharaan agama (*hifdzud-din*)
- b. Pemeliharaan jiwa (*hifhzun-nafs*)

²²⁸ Mulya Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern ...* 82

²²⁹ Mulya Kelana, *Bekerja Dalam Islam* (Binangkit K9, 2019). 24

- c. Pemeliharaan akal (*hifhzul-aql*)
- d. Pemeliharaan keturunan (*hifhzun-nasl*),
- e. Pemeliharaan harta benda (*hifhzul-maal*).²³⁰

Perspektif Islam, aktivitas bisnis tidak dapat dilepaskan dari tanggung jawab moral. Keuntungan yang menjadi tujuan perusahaan memang sah untuk dikejar, namun tidak boleh dicapai dengan mengabaikan nilai etika. Apabila prinsip moral diabaikan, perusahaan berisiko kehilangan kepercayaan masyarakat, menimbulkan ketidakadilan dalam relasi sosial, bahkan mengancam keberlangsungan usahanya sendiri.²³¹ Oleh sebab itu, komitmen untuk menjaga kontrak sosial dengan masyarakat merupakan bentuk penerapan prinsip syariah dalam praktik bisnis.²³²

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam menegaskan bahwa bisnis harus dijalankan dengan prinsip halal, kejujuran dalam promosi, kewajaran dalam penetapan harga, serta kepedulian terhadap lingkungan.²³³ CSR bukan sekadar kegiatan amal, melainkan perwujudan nyata dari etika Islam dalam dunia usaha. Pada saat yang sama, *Good Corporate Governance* (GCG) hadir sebagai sistem yang mengatur tata kelola perusahaan agar berjalan dengan transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran.²³⁴ Dengan adanya GCG,

²³⁰ Mulya Kelana, *Perusahaan Bank Dalam Pembangunan Masyarakat Modern ...* 79

²³¹ Lewis, *Perbankan Syariah; Prinsip, Praktik Dan Prospek ...* 65

²³² Ali Jhon Alfi, *Muslim Dan Bisnis* 90

²³³ Gustani, *Islamic Corporate Governance (I-CG) Dan Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) : Teori Dan Praktik* (Pena Persada Redaksi, 2021). 112

²³⁴ MA Effendi, *The Power of Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasi....* 56

implementasi CSR dapat dilakukan secara lebih terukur, profesional, dan dapat dipertanggungjawabkan.²³⁵

Keterpaduan antara CSR dan GCG dalam perspektif Islam membentuk hubungan yang saling melengkapi. CSR berfungsi memberikan orientasi moral dan kemaslahatan, sementara GCG memastikan pelaksanaannya sesuai dengan standar tata kelola yang baik. Kombinasi keduanya tidak hanya menekankan pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga memastikan adanya nilai tambah sosial, penguatan kepercayaan publik, dan keberlanjutan usaha yang sejalan dengan tujuan ekonomi Islam.²³⁶ Dengan demikian, praktik bisnis yang dilaksanakan sesuai prinsip syariah melalui CSR dan diawasi oleh GCG akan menghasilkan keberkahan sekaligus memperkuat posisi perusahaan dalam jangka panjang.²³⁷

Al-Qur'an memberikan landasan yang jelas tentang pentingnya distribusi kekayaan yang adil. Dalam QS. Al-Hasyr ayat 7 ditegaskan bahwa harta tidak boleh hanya berputar di kalangan orang kaya, melainkan harus didistribusikan kepada yang berhak. Prinsip ini diperkuat dengan kewajiban zakat sebagaimana tertuang dalam QS. At-Taubah ayat 60, yang mengatur delapan golongan penerima zakat. Anjuran untuk bersedekah dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 114, sedangkan QS. Ali Imran ayat 92 mengingatkan bahwa seseorang belum mencapai kebaikan sempurna sebelum menafkahkan sebagian harta yang dicintainya. Menurut Trihastuti, semua instrumen tersebut menegaskan

²³⁵ Gustani, *Islamic Corporate Governance (I-CG) Dan Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) : Teori Dan Praktik...*116

²³⁶ Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* (Deepublish, 2021). 90

²³⁷ MA Effendi, *The Power of Good Corporate Governance: Teori Dan Implementasi* 56

bahwa tanggung jawab sosial merupakan kewajiban spiritual yang harus diintegrasikan dalam operasional bisnis.²³⁸

Apabila nilai-nilai Qur'ani tersebut dipadukan dengan mekanisme tata kelola modern, maka terlihat adanya kesinambungan antara ajaran Islam dan prinsip GCG. CSR yang bersumber dari syariah menjamin arah moral dalam setiap kebijakan perusahaan, sedangkan GCG menjadi pengawal agar tanggung jawab sosial tidak berhenti pada tataran wacana, melainkan benar-benar terlaksana secara akuntabel.²³⁹ Integrasi keduanya menghasilkan tata kelola perusahaan yang tidak sekadar mengejar profit, tetapi juga menegakkan keadilan sosial, menjaga keberlanjutan, serta memberikan manfaat duniawi dan ukhrawi bagi seluruh pemangku kepentingan.



²³⁸ Trihastuti, *Etika Bisnis Islam* ...99

²³⁹ Gustani, *Islamic Corporate Governance (I-CG) Dan Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) : Teori Dan Praktik*...119