

TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Dr. H. Erwan Efendi, S.Sos¹. M.A, Ahmad Rusli Sinaga²,
Dewi Fitriani³, Khairi, Nurul Nafiah, Saniati⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Batu Bara

e-mail: erwaneffendi6@gmail.com, r.sinaga1704@gmail.com, fitriandewi37292@gmail.com,
kharielang505@gmail.com, nurulnafiah433@gmail.com, saniatigomez@gmail.com

Abstrak

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapat ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

Kata Kunci : CSR, Perspektif Islam

SOCIAL RESPONSIBILITY

Abstract

In an Islamic perspective, CSR is the realization of the concept of ihsan teachings as the culmination of very noble ethical teachings. Ihsan is carrying out good deeds that can benefit others in order to get the pleasure of Allah SWT. Besides that, CSR is an implication of the teachings of ownership in Islam, Allah is the owner of mutlaq (haqiqiyah) while humans are only temporary owners who function as recipients of trust. So by carrying out the mandate, individuals and groups must be able to become caliphs who can do justice, be responsible and do useful deeds. CSR turns out to be in harmony with the Islamic view of humans in relation to themselves and their social environment, can be represented by four axioms, namely unity (monotheism), balance (equilibrium), free will and responsibility (responsibility).

Keywords: CSR, Islamic Perspective

PENDAHULUN

Basis utama sistem ekonomi syari'ah sesungguhnya tidak hanya terletak pada aspek kerangka dasarnya yang berlandaskan syari'ah, tetapi juga pada aspek tujuannya yaitu mewujudkan suatu tatanan ekonomi masyarakat yang sejahtera berlandaskan keadilan, pemerataan, dan keseimbangan. Atas dasar tersebut, maka pemberdayaan ekonomi syari'ah di Indonesia hendaknya dilakukan dengan strategi yang ditujukan bagi perbaikan kehidupan dan ekonomi masyarakat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan CSR (Corporate Social Responsibility).

Secara konseptual, CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab

yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi CSR harus berpijak pada triple bottom line, yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap survive dalam jangka panjang. Tujuan dari syariat Islam (Maqashid al syariah) adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk

menciptakan masalah, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia dan strategis karena bukan sekedar diperbolehkan dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah yang tercermin dalam kandungan Firman Allah (Q.S. Al-Baqarah : 148).

CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. Perusahaan harus sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga oleh komunitas yang berada di sekelilingnya. Terdapat nilai penting yang harus diperhatikan dalam hubungan ini bahwa telah terjadi pergeseran hubungan antara perusahaan dan komunitas. Perusahaan yang semula memosisikan diri sebagai pemberi donasi melalui kegiatan charity kini memosisikan masyarakat sebagai mitra yang turut andil dalam kelangsungan eksistensi perusahaan. CSR menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindarkan seiring dengan adanya tuntutan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan-perusahaan besar di Indonesia bahkan telah menjadikan CSR sebagai program kerja tahunan yang ditangani serius dalam berbagai bidang sosial.

METODE PENELITIAN

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu

kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

HASIL DAN PEMBAHASAN **Makna Tanggung Jawab Sosial Dalam Perspektif Islam**

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai 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 ekonomi, sosial, dan lingkungan.

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inheren dari ajaran Islam itu sendiri. Kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap survive dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua stakeholders berdasarkan kewajiban, martabat, dan keadilan, serta memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang.

Seperti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aktif, meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan pemberdayaan masyarakat. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia juga strategis karena bukan hanya sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Alqur'an Surat Al-Jumu'ah Ayat 148:

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung, (QS. Al-Jumu'ah, 148).

Manfaat dan Prinsip Tanggung Jawab Sosial

CSR dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya didasari oleh tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines (3P), yaitu Profit, People, dan Planet. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memadai, sebab profit merupakan pondasi bagi perusahaan untuk dapat beroperasi dan berkembang. Dengan pemerolehan profit yang memadai, perusahaan dapat membagi dividen kepada pemegang saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, membayar pajak kepada pemerintah, pemberian beasiswa kepada pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan memberikan banyak dampak yang diharapkan kepada masyarakat.

Kepedulian dan perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas dan pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, serta kompetensi masyarakat di berbagai bidang. Beberapa proses produksi yang digunakan oleh perusahaan dapat berbahaya bagi lingkungan. Oleh karenanya perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan, ikut berpartisipasi dalam usaha pemeliharaan dan pelestarian lingkungan.

Perusahaan harus berpartisipasi mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar profit jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Apa yang memotivasi perusahaan melakukan CSR? Kotler & Lee, memberikan beberapa alasan tentang perlunya perusahaan menerapkan aktivitas CSR, yaitu dapat membangun position brand, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan

loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan.

Perusahaan yang melakukan praktek CSR secara etis akan dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggannya, yang kemudian akan kembali untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Dengan memperlakukan karyawan perusahaan dengan baik, perusahaan memotivasi mereka untuk bekerja lebih keras lagi. Dengan membayar utang kepada kreditur secara tepat waktu, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan kreditur ketika perusahaan membutuhkan lebih banyak pendanaan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa kegiatan CSR memberikan manfaat kepada kedua belah pihak yaitu masyarakat dan perusahaan. Masyarakat sekitar sebagai pihak penerima manfaat dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidupnya, sedangkan perusahaan sebagai pelaksana mendapatkan timbal balik berupa penilaian positif terhadap citra perusahaan dari seluruh masyarakat penerima manfaat sehingga pada akhirnya akan mendapatkan dukungan yang menjamin keberlangsungan perusahaan serta loyalitas pelanggan.

Paparan ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Esen, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dengan berbagai stakeholder. CSR telah menjadi salah satu dimensi kunci dari reputasi perusahaan dan menjadi identitas, image, dan keberhasilan organisasi perusahaan ketika dibandingkan dengan dimensi lainnya. CSR memicu proses pembentukan citra perusahaan. Dalam hubungannya dengan keberhasilan perusahaan, pengaruh CSR bervariasi berdasarkan ukuran perusahaan, industri dan anggaran pemasaran.

Tanggung Jawab Sosial Dalam Perspektif Islam

Perbuatan tanggung jawab begitu mendasar dalam ajaran Islam. Manusia memang memiliki kebebasan dalam berbuat tetapi, juga memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan alam, sosial dan kepada Allah swt. Jadi, manusia adalah makhluk yang harus memiliki sifat tanggung jawab karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih yang dikehendaki. Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapat ridho Allah SWT.

Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlak (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah.¹ Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).²

Menurut Muhammad Djakfar, 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:

Al-adl

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 sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam Al-qur'an surat huud ayat 85 telah menegaskan sebagai berikut:

Artinya: Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, gharar (spekulasi), najsi (iklan palsu), ihtikar (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain, (QS. Hud, 85).

Al-ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat member nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Pelaksanaan CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT dalam Alqur'an surat Al-baqarah ayat 195 menerangkan:

Artinya: Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri kedalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik, (Al-Baqarah, 195).

Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam

¹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 160.

² Syed Nawab Haidar Naqvi, *Menggagas Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 37.

sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsure ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

Manfaat

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

Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Al-qur'an surat An-nisa ayat 58 telah menjelaskan sebagai berikut:

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah member pengajaran yang sebaik-baik kepada mu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat, (QS. An-Nisa, 58).

Perusahaan yang menerapkan CSR harus memenuhi dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. 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.³

Pandangan Islam Terhadap Tanggung jawab Sosial

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya, antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain:

Hubungan Perusahaan dengan Pekerja

- a. Keputusan Perekrutan, Promosi, dll bagi pekerja

Islam mendorong kita untuk memperlakukan setiap muslim secara adil. Sebagai contoh, dalam perekrutan, promosi dan keputusan-keputusan lain dimana seorang manajer harus menilai kinerja seseorang terhadap orang lain, kejujuran dan keadilan adalah sebuah keharusan.

- b. Upah yang adil

Dalam organisasi Islam, upah harus direncanakan dengan cara yang adil baik bagi pekerja maupun juga majikan. Pada hari pembalasan, Rasulullah SAW akan menjadi saksi terhadap orang yang mempekerjakan buruh dan mendapatkan pekerjaannya diselesaikan olehnya namun tidak memberikan upah kepadanya.

- c. Penghargaan terhadap keyakinan pekerja

Prinsip umum tauhid atau keesaan berlaku untuk semua aspek hubungan antara perusahaan dan pekerjaannya. Pengusaha Muslim tidak boleh memperlakukan perkerjaannya seolah-olah Islam tidak berlaku

³ Muhammad, Lukman Fauroni, *Visi Al-qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2002), h. 99.

selama waktu kerja. Sebagai contoh, pekerja Muslim harus diberi waktu untuk mengerjakan shalat, tidak boleh dipaksa untuk melakukan tindakan yang bertentangan dengan aturan moral Islam, harus di beri waktu istirahat bila mereka sakit dan tidak dapat bekerja, dan lain-lain. Untuk menegakkan keadilan dan keseimbangan, keyakinan para pekerja non-muslim juga harus dihargai.

d. Hak pribadi

Jika seorang pekerja memiliki masalah fisik yang membuatnya tidak dapat mengerjakan tugas tertentu atau jika seorang pekerja telah berbuat kesalahan di masa lalu, sang majikan tidak boleh menyiarkan berita tersebut. Hal ini akan melanggar hak pribadi sang pekerja.

Hubungan pekerja dengan perusahaan

Berbagai persoalan etis mewarnai hubungan antara pekerja dengan perusahaan, terutama berkaitan dengan persoalan kejujuran, kerahasiaan, dan konflik kepentingan. Dengan demikian, seorang pekerja tidak boleh menggelapkan uang perusahaan dan juga tidak boleh membocorkan rahasia perusahaan kepada orang luar. Praktek tidak etis lain terjadi jika para manajer menambahkan harga palsu untuk makanan dan pelayanan dalam pembukuan keuangan perusahaan mereka.

Beberapa dari mereka melakukan penipuan karena merasa dibayar rendah dan ingin mendapatkan upah yang adil. Pada saat yang lain, hal ini dilakukan hanya karena ketamakan. Bagi para pekerja Muslim, Allah SWT memberikan peringatan yang jelas di dalam Al-Quran surah Al A'raaf ayat 33 ;

“Katakanlah: Tuhanku hanya mengharamkan perbuatan yang keji, baik yang nampak maupun yang tersembunyi, dan perbuatan dosa, melanggar hak manusia tanpa alasan yang benar”

Pekerja Muslim yang menyadari makna ayat diatas seharusnya tidak berbuat sesuatu dengan cara-cara yang tidak etis.

Hubungan perusahaan dan pelaku usaha lain

a. Distributor

Berkaitan dengan distributor, etika bisnis menyatakan bahwa seseorang melakukan negosiasi dengan harga yang adil dan tidak mengambil keuntungan berdasarkan bagian atau kekuasaan yang lebih besar. Untuk menghindari kesalahpahaman di masa depan, Allah SWT telah memerintahkan kita untuk membuat perjanjian kewajiban bisnis secara tertulis.

Transaksi gharar antara perusahaan dan pemasoknya juga dilarang dalam Islam. selain persoalan di perbolehkannya praktek agensi secara umum, pedagang dilarang campurtangan dalam sistem pasar bebas melalui suatu bentuk perantaraan tertentu. Perantaraan semacam ini mungkin akan menyebabkan terjadinya inflasi harga.

b. Pembeli atau konsumen

Pembeli seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. mereka juga harus di beri tau bila terdapat kekurangan kekurangan pada suatu barang Islam melarang praktek di bawah ini ketika berhubungan dengan konsumen praktek atau pembeli:

- 1) Penggunaan alat ukur atau timbangan yang tidak tepat
- 2) Penimbunan dan manipulasi harga
- 3) Penjualan barang palsu atau rusak
- 4) Bersumpah palsu untuk mendukung sebuah penjualan
- 5) Membeli barang curian
- 6) Larangan mengambil bunga atau riba.

c. Pesaing

Meskipun negara negara barat menyatakan diri sebagai kawasan berdasarkan prinsip persaingan pasar, publikasi publikasi bisnis utama akan memperlihatkan bahwa sebuah bisnis akan berusaha memenangkan dirinya dan mengeliminasi para pesaingnya. Dengan mengeliminasi para pesaingnya, sebuah perusahaan selanjutnya akan dapat memperoleh hasil ekonomi di atas rata rata

melalui praktek praktek penimbunan dan monopoli harga.⁴

Hubungan Sosial Kemasyarakatan

Salah satu sifat manusia adalah sebagai makhluk sosial disamping sebagai makhluk individu. Sebagai makhluk individu manusia mempunyai dorongan atau motif untuk mengadakan hubungan dengan dirinya sendiri. Sedangkan sebagai makhluk sosial manusia mempunyai dorongan untuk mengadakan hubungan dengan orang lain, manusia mempunyai dorongan sosial. Seperti juga dikemukakan oleh Murray, bahwa manusia mempunyai motif atau dorongan sosial. Demikian juga apa yang dikemukakan oleh MC. Clelland, dengan adanya dorongan atau motif sosial pada manusia maka manusia akan mencari orang lain untuk mengadakan hubungan atau mengadakan interaksi. Dengan demikian maka akan terjadilah hubungan sosial antara manusia satu dengan manusia lainnya.

Menurut Ahmadi, hubungan sosial masyarakat adalah suatu hubungan antara dua individu atau lebih, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya. Selanjutnya Walgito, Hubungan sosial masyarakat merupakan suatu hubungan antara individu satu dengan individu lainnya, dimana individu yang satu dapat mempengaruhi individu yang lainnya sehingga terjadi hubungan yang saling timbal balik. Sedangkan Suranto, menjelaskan bahwa hubungan sosial masyarakat merupakan suatu proses hubungan yang dinamis dan saling pengaruh mempengaruhi antar manusia. Selanjutnya Setiadi dan Kolip, menjelaskan bahwa hubungan sosial masyarakat merupakan hubungan yang dinamis antara individu dengan individu, antara individu dengan kelompok atau antar kelompok dengan kelompok dalam bentuk kerja sama. Persaingan maupun pertikaian, yang tertata dalam bentuk tindakan-tindakan yang

didasarkan pada nilai-nilai dan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat.

Menurut H. Bonner dalam Ahmadi, bahwa hubungan sosial masyarakat merupakan hubungan antara individu atau lebih, dimana individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki individu yang lain atau sebaliknya. Pengertian lain dari hubungan sosial masyarakat menurut Thibaut dan Kelly dalam Alidan Asror, yaitu “peristiwa saling mempengaruhi satu sama lain ketika dua orang atau lebih hadir bersama, mereka menciptakan suatu hasil satu sama lain, atau berkomunikasi satu sama lain. Sedangkan Suranto, menyatakan bahwa “hubungan sosial masyarakat adalah suatu proses hubungan yang dinamis dan saling pengaruh-mempengaruhi antar manusia. Di Dalam hubungan sosial masyarakat Istiana, ada kemungkinan dapat menyesuaikan dengan orang lain atau sebaliknya penyesuaian disini dalam arti yang luas yaitu bahwa individu dapat meleburkan diri dengan sekitarnya.

Dalam dunia pendidikan khususnya lingkungan kampus, hubungan sosial masyarakat merupakan salah satu sarana mencapai hasil pendidikan yang diharapkan. Hubungan sosial masyarakat menimbulkan pengertian yang mendalam antara mahasiswa dengan mahasiswa, dosen dengan mahasiswi dan mahasiswa dengan pihak birokrasi kampus dalam melakukan hubungan yang baik, sehingga menimbulkan komunikasi yang baik dalam menyampaikan ide-ide sehingga timbulnya sikap menghargai.⁵

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka hubungan sosial mahasiswa dapat disimpulkan sebagai hubungan timbal balik atau hubungan antara individu yang satu dengan individu yang lain, dimana individu yang satu mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya sehingga terjadi hubungan yang saling timbal balik.

Hubungan sosial

⁴ Rafik Isa Beekhun, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h. 65-66.

⁵ Ahmadi, *Sosiologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 30.

Menurut Soekanto, Hubungan sosial merupakan interaksi yang dinamis, yang menyangkut hubungan antara orang perorang, antar kelompok manusia, serta antara orang perorang dan kelompok manusia. Proses sosial pada hakikatnya adalah pengaruh timbal balik antara berbagai bidang kehidupan bersama. Lebih lanjut Menurut Soekanto Hakikat hidup bermasyarakat itu sebenarnya adalah terdiri dari relasi-relasi yang mempertemukan mereka dalam usaha-usaha bersama dalam aksi dan tindakan yang berbalas-balasan. Sehingga orang saling menanggapi tindakan mereka.

Dengan demikian, menurut Wulansari, hubungan sosial dapat pula diartikan bahwa masyarakat yang merupakan jaringan relasi-relasi hidup yang timbal balik. Yang satu berbicara, yang lain mendengarkannya; yang satu bertanya, yang lainnya menjawab; yang satu memberi perintah, yang lainnya menaati; yang satu berbuat jahat, yang lain membalas dendam; dan yang satu mengundang, yang lainnya datang. Jadi selalu tampak bahwa orang saling mempengaruhi. Dan hasil interaksi inilah sangat ditentukan oleh nilai dan arti serta interpretasi yang diberikan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi ini.

Konsep Tentang Masyarakat

Pandangan tentang masyarakat telah melahirkan banyak mazhab pemikiran yang saling bertolak belakang. Jika melihat sejarah klasik, begitu banyak pemikir yang melahirkan gagasan tentang masyarakat yang kontroversial. Ini menandakan bahwa, begitu krusialnya konsep tentang masyarakat itu sendiri. Dialektika pemikiran yang terjadi mengisyaratkan bahwa, masyarakat merupakan salah satu pembahasan yang filosofis. Jika menyimak perkembangan konsep masyarakat di Barat, studi struktur dan fungsi masyarakat merupakan sebuah masalah sosiologis yang telah menembus karya-karya para pelopor ilmu sosiologi dan para ahli teori kontemporer. Pendekatan ini memiliki asal-usul sosiologis dalam karya penemunya, yaitu Auguste Comte.

Menurut Comte, sosiologi adalah studi tentang statika sosial dan dinamika sosial. Di dalamnya membahas struktur masyarakat, Comte menerima premis bahwa “masyarakat adalah laksana organisme hidup” akan tetapi, dia tidak benar-benar mengembangkan tesis ini. Nanti di Herbert Spencer, seorang ahli sosiologi Inggris yang membahas berbagai perbedaan dan kesamaan yang khusus antara sistem biologis dan sistem sosial. Menurut Spencer tentang masyarakat sebagai suatu organisme hidup sebagai berikut:

Pertama; Masyarakat maupun organisme hidup sama-sama mengalami pertumbuhan. *Kedua;* Disebabkan oleh penambahan dalam ukurannya, maka struktur tubuh sosial maupun tubuh organisme hidup itu mengalami penambahan pula; dimana semakin besar suatu struktur sosial maka semakin banyak pula bagian-bagiannya, seperti halnya dengan sistem biologis yang menjadi semakin kompleks sementara ia tumbuh menjadi semakin besar. *Ketiga;* Tiap bagian yang tumbuh di dalam tubuh organisme biologis maupun organisme sosial memiliki fungsi dan tujuan tertentu. *Keempat.* Baik di dalam sistem organisme maupun sistem sosial, perubahan pada suatu bagian akan mengakibatkan perubahan pada suatu bagian dan pada akhirnya di dalam sistem keseluruhan.

Selain itu menurut Murtadha, menilai manusia diciptakan cenderung mengikuti keseluruhannya. Bahwa pada dasarnya, penciptaan manusia bersifat sosial agar misi Ilahi terejawantahkan dimuka bumi. Tujuan diturunkannya agama untuk mendidik akhlak manusia agar bisa mencapai kesempurnaannya sebagai hamba. Kesempurnaan itu tidak bisa diraih tanpa adanya suatu sistem, adat, dan hukum yang mengarahkan setiap individu untuk mencapainya. Sistem, adat, dan hukum yang dimaksud oleh Muthahhari adalah yang mencerminkan nilai-nilai keIlahian atau nilai-nilai ketuhanan. Berpolemik dan berbeda pendapat merupakan tabiat manusia. Sebagai Sang Pencipta, Allah menghendaki fitrah itu tetap berjalan dalam koridor keimanan yang

benar. Oleh karena itu, adanya sebuah tolak ukur yang menjadi rujukan semua pihak adalah satu keniscayaan yang tidak dapat dielakkan lagi.⁶

Faktor-faktor Penyebab Perubahan Sosial

1. Faktor internal

Faktor internal ada beberapa hal yang menjadi penyebab perubahan sosial diantaranya:

a. Perubahan jumlah penduduk

Pertumbuhan penduduk disuatu wilayah menimbulkan berbagai dampak terhadap lembaga-lembaga kemasyarakatan. Pertambahan jumlah penduduk di pulau Jawa misalnya, telah memunculkan aturan baru tentang hak milik individual hak atas tanah, system sewa tanah, bagi hasil, koperasi dan lain-lain.

b. Penemuan-Penemuan baru

Kemampuan akal manusia menghasilkan ide, gagasan dan karya-karya yang senantiasa berkembang. Kemampuan ini dikembangkan melalui percobaan- percobaan sehingga melahirkan karya yang lebih mutakhir, baik berupa ilmu pengetahuan maupun teknologi.

c. Pertentangan dalam masyarakat

Pertentangan dalam masyarakat dapat terjadi antar individu, individu dengan kelompok, maupun antar kelompok. Pertentangan kepentingan tersebut dapat menimbulkan perubahan-perubahan. Misalnya pertentangan antara generasi tua dengan generasi muda. Pertentangan ini sering terjadi pada masyarakat yang sedang berkembang dari tahap tradisional ke tahap modern.

d. Pemberontakan dan revolusi

Pemberontakan dan revolusi yang terjadi dalam suatu masyarakat (Negara) dapat menimbulkan perubahan-perubahan mendasar. Misalnya, perubahan dari sistem kerajaan menjadi sistem demokrasi.

e. Reformasi

Sesuai arti katanya, reformasi berarti membentuk kembali. Sebagai suatu proses

perubahan, reformasi lebih ditekankan pada upaya untuk segera untuk memperbaiki struktur kemasyarakatan yang telah rusak atau terancam rusak dibentuk menjadi baik kembali. Perubahan ini dilakukan untuk mengembalikan susunan atau aturan-aturan kehidupan bermasyarakat.

2. Faktor eksternal

Dalam hal ini terdapat beberapa hal yang menjadi faktor penyebabnya, antara lain:

a. Lingkungan fisik

Bencana alam, antara lain gunung meletus, banjir, gempa bumi, atau tsunami. Bencana alam dapat menyebabkan terjadinya perubahan lingkungan fisik, sehingga menuntut manusia melakukan adaptasi lingkungan yang telah berubah tersebut. Biasanya, untuk bertahan ataupun mengatasi suatu bencana alam, manusia manusia terkadang lupa atau mungkin terpaksa melanggar nilai-nilai dan norma-norma sosial yang telah ada. Hal ini dilakukan semata-mata untuk tetap bertahan dalam menghadapi perubahan lingkungan akibat bencana alam tersebut.

b. Peperangan

Peperangan selalu berdampak pada tingginya angka kematian, rusaknya berbagai sarana dan prasarana kebutuhan hidup sehari-hari, terjadinya kekacauan ekonomi dan sosial, serta tergoncangnya mental penduduk sehingga merasa frustrasi dan tidak berdaya. Dalam kenyataan yang lebih memprihatinkan, peperangan seringkali diakhiri penaklukan yang diikuti pemaksaan ideologi dan kebudayaan oleh pihak atau Negara yang menang.

c. Pengaruh Kebudayaan Masyarakat Lain

Kontak dengan masyarakat lain yang berbeda kebudayaan dapat menyebabkan terjadinya perubahan sosial. Kontak dapat terjadi antar etnis di dalam suatu kawasan atau yang berasal dari tempat yang berjauhan. Interaksi antara orang atau kelompok yang berbeda etnis atau kebudayaan yang tinggi

⁶ Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar Ilmu Sosial*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), h. 47.

akan memperluas pengetahuan wawasan tentang budaya masing-masing, sehingga dapat menimbulkan sikap toleransi dan penyesuaian diri terhadap budaya lain tersebut.⁷

Syed Nawab Haidar Naqvi. 2003. *Menggagas Ekonomi Islam*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapat ridho Allah SWT. Perusahaan yang menerapkan CSR harus memenuhi dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. 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.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi. 2009. *Sosiologi Pendidikan*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Djakfar Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang, UIN Malang Press.
- Isa Beekhun Rafik. 2004. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Muhammad, Fauroni Lukman. 2002. *Visi Al-qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta, Salemba Diniyah
- Muin Idianto. 2006. *Sosiologi*, Jakarta, Erlangga.
- Soekanto. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar Ilmu Sosial*, Jakarta, Rajawali Pers.

⁷ Idianto Muin, *Sosiologi*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 11-16.