

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Teori Etika Bisnis

Etika memiliki peran penting dalam kehidupan manusia, ini karena etika memberi orientasi dalam kehidupan yang kita jalani di dunia ini. Dengan demikian dapat diketahui bahwa setiap tindakan yang dilakukan manusia pasti memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai. Untuk mengetahui bobot moral dari tindakan yang dilakukan manusia ini, kita dihadapkan pada dua teori etika yang dikenal dengan etika deontologi dan etika teleologi. Etika deontologi ini, menekankan kepada manusia atas kewajibannya untuk bertindak secara baik. “Menurut etika deontologi, suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibat atau tujuan baik dari tindakan itu, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri.”<sup>1</sup> Berbeda dengan etika deontologi, etika teleologi mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Suatu tindakan dinilai baik apabila tujuan atau hasil yang diperoleh setelah melakukan tindakan itu baik atau berguna.

---

<sup>1</sup> Sonny Keraf, *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hal. 23, dalam <https://books.google.co.id> diakses pada 28 Desember 2017, pukul 23:03

Sedangkan Bisnis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dijual kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Melihat dari definisi etika dan bisnis dapat diketahui bahwa keduanya merupakan hal yang berbeda. Namun, dalam praktiknya kegiatan berbisnis akan semakin baik ketika dimasukkan unsur etika didalamnya. Sebagai penyempurnaan dari kedua hal ini, maka munculah disiplin ilmu baru yaitu etika bisnis. Menurut David J. Fritzsche, dalam Jurnal etika bisnis dengan judul, “*Personal Value, Potential Keys to Ethical Decision Making*”, etika bisnis adalah “aturan main prinsip dalam organisasi yang menjadi pedoman membuat keputusan dan tingkah laku. Etika bisnis adalah etika pelaku bisnis. pelaku bisnis tersebut bisa saja manajer, karyawan, konsumen, dan masyarakat.”<sup>2</sup>

Fungsi dari etika bisnis ini penting untuk direalisasikan dalam dunia bisnis mengingat saat ini seringkali kita temui konsep tujuan menghalalkan segala cara demi mencapai suatu keuntungan tertentu. Bahkan banyak juga pengusaha yang sampai melakukan tindakan kriminal hanya untuk mencapai suatu tujuan tertentu. dan kenyataannya tindakan tercela dan tak bermoral ini semakin hari semakin meningkat. Maka dari itu, penerapan etika pada setiap kegiatan yang dilakukan oleh pelaku bisnis sangat penting untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam sebuah bisnis. Etika dalam bisnis berperan penting dalam membentuk suatu

---

<sup>2</sup> Erni R, Ernawan, *Business Ethics: edisi revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 24

perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing serta nilai yang tinggi dimasyarakat.

Menurut Larkin, “*ethics is concerned with moral obligation, responsibility, and social justice,*” Hal ini berarti bahwa etika sangat memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan kewajiban moral, tanggung jawab, dan keadilan sosial. Etika yang dimiliki individu secara lebih luas mencerminkan karakter organisasi/perusahaan, yang merupakan kumpulan individu-individu.<sup>3</sup>

“Etika bisnis sudah mulai muncul sejak tahun 1960an.”<sup>4</sup> Kemunculan etika bisnis saat itu ditandai dengan perubahan-perubahan sudut pandang masyarakat dalam perilaku komunitas terutama pada dunia bisnis di Amerika Serikat. Setelah kemunculannya, etika bisnis menjadi isu utama yang mengglobal dan ramai dibicarakan oleh masyarakat diberbagai kalangan. Hingga saat ini pun, etika bisnis masih menjadi isu dan topic yang hangat dibicarakan oleh semua lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat awam, konsultan, manajer, investor, lembaga swadaya, akademisi dari berbagai cabang ilmu, sampai pemerintah dan politisi. Namun demikian, kenyataannya masih jarang sekali pelaku usaha yang menerapkan dengan sepenuh hati etika bisnis ini.

Sedangkan dalam Islam, etika bisnis didasarkan pada ayat-ayat Al-Qur’an dan Al-Hadits yang mengutamakan kejujuran dan keadilan serta kebajikan dalam setiap aktifitas yang dilakukan. Hal ini tentunya sesuai dengan ajaran baginda Rasulullah

---

<sup>3</sup> Ibid hal. 9

<sup>4</sup> Ibid hal. 20

Muhammad Saw, dimana dalam berdagang beliau selalu memegang teguh prinsip keadilan dan kejujuran. Sejalan dengan ajaran Rasulullah Saw tersebut, etika bisnis islam memiliki setidaknya tujuh prinsip yang sesuai dengan prinsip berbisnis dalam islam yaitu “jujur, menjual barang berkualitas, dilarang bersumpah, ramah dan bermurah hati, membangun hubungan yang baik dengan siapa saja, tertib administrasi, dan menetapkan harga yang transparan.”<sup>5</sup>

Dari ketujuh prinsip etika bisnis Islam tersebut yang paling mendasar dan sangat penting adalah jujur, Berlaku jujur dalam setiap tindakan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan semua orang terutama dalam kegiatan jual beli. Hal ini karena, kejujuran dinilai sebagai kunci suksesan seorang pelaku usaha. Dalam berbisnis, kejujuran dapat direalisasikan salah satunya dalam praktik penggunaan timbangan atau takaran yang dilakukan secara transparan dan adil tanpa memandang kepentingan pribadi penjual ataupun pembeli. Ketika sikap jujur ini mampu diterapkan oleh pelaku bisnis, maka tingkat kepercayaan konsumen dan loyalitasnya untuk menjadi pelanggan setia juga akan tercipta dengan sendirinya. Keutamaan kejujuran ini dijelaskan dalam firman Allah yang berbunyi:

---

<sup>5</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), hal. 34

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ بَ الدِّينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكٰذِبُونَ

“Sesungguhnya yang mengadakan kebohongan ialah orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah dan mereka adalah orang yang pendusta”<sup>6</sup>

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang berbuat kebohongan merupakan orang yang tidak beriman dan merupakan pendusta. Oleh karena itu sebagai seorang muslim yang baik dan beriman, kita harus senantiasa berbuat jujur dan menghindari kebohongan pada setiap tindakan apapun yang kita lakukan termasuk juga dalam berbisnis.

Prinsip kejujuran ini tidak hanya diutamakan dalam etika bisnis islam saja, tetapi juga sangat dikedepankan dalam etika bisnis modern. William C. Byham menyatakan:

***“Business ethics build trust, and trust is the basic of modern business. If we accept the view, argued for earlier, that there are not two moralities – one for individuals and one for business – but a common moral framework for judging both individual and corporate activities, then we can gain same guidance for business behavior by looking at what philosophers have seen as the morally good life.”***<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Bumi Restu, 1976), An-Nahl, 16:105

<sup>7</sup> Muhammad Djakfar, Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2012), hal. 34

Inti dari pendapat William C. Byham ini yakni fungsi etika bisnis adalah membangun kepercayaan, dimana kepercayaan merupakan dasar dari bisnis modern dan dasar dari pembentuk kepercayaan itu adalah kejujuran. Jika kita setuju dengan pendapat tersebut, maka tidak akan ada dua moralitas yang berbeda untuk individu dan untuk bisnis, melainkan hanya ada satu kerangka moral yang sama untuk keduanya. Dengan demikian, kita dapat mendapat petunjuk yang sama mengenai perilaku dalam bisnis dengan melihat sesuatu yang oleh para filosof dianggap sebagai kehidupan yang baik secara moral.

## **B. Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

### **1. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Dalam berbisnis, mengejar keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperdulikan keadaan masyarakat disekitar merupakan paradigma lama yang sudah seharusnya ditinggalkan oleh semua pengusaha sebagai pelaku bisnis. Hal ini karena perilaku yang demikian akan menimbulkan kecemburuan sosial dari masyarakat yang bersangkutan. Ketika kecemburuan sosial dari masyarakat sekitar ini timbul, otomatis akan banyak muncul isu-isu negatif seputar perusahaan yang akan berimbas pada eksistensi perusahaan bahkan lebih buruknya hal ini dapat juga menghambat kegiatan operasional perusahaan dan bahkan pada akhirnya mengakibatkan menurunnya profitabilitas

perusahaan tersebut. Padahal sebenarnya ketika perusahaan mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan benar, perusahaan dapat menggali potensi untuk menciptakan loyalitas dari masyarakat sekitar yang tentunya akan menjadi peluang bagi perusahaan untuk maju dan berkembang.

Tanggung jawab sosial dalam dunia bisnis ini biasa disebut dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Post mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut,

*“Corporate social responsibility means that a corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities, and their environment. Social responsible business should attempt to balance economic, legal and social obligation”*<sup>8</sup>.

Inti dari pendapat Post ini adalah bahwa, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan berarti perusahaan harus memberikan pertanggung jawaban atas tindakannya yang berpengaruh terhadap masyarakat dan lingkungan mereka. Menurut Post, bisnis yang bertanggung jawab adalah bisnis yang harus mampu menyeimbangkan antara kewajiban ekonomi, hukum, dan juga sosial.

Pemikiran yang mendasari adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak akan bisa hidup, beroperasi, dan memperoleh keuntungan sendiri tanpa adanya peran dari

---

<sup>8</sup> Ernawan, *Business Ethics: edisi revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 161

pihak-pihak lain yang berkepentingan didalamnya (*stakeholder*). Untuk itu, perusahaan perlu memberikan apresiasi kepada *stakeholdernya* atas dedikasi yang diberikan selama ini, sebagai wujud rasa terimakasih perusahaan sekaligus untuk mempertahankan keberadaan pihak-pihak ini agar tetap berada dilingkup perusahaan dan tidak berpaling hati ke perusahaan lain.

## 2. Model *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Setiap perusahaan memiliki kebebasan dalam menentukan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ingin dilakukan. Secara umum, ada empat model CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:<sup>9</sup>

### 1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan secara langsung program CSR dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.

### 2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan tersendiri dibawah perusahaan atau groupnya. Model CSR seperti ini, merupakan adopsi dari model CSR yang banyak

---

<sup>9</sup> Zaimi Saidi dan Hamid Abidin, *Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Piramedia, 2004), hal. 64-65

diterapkan perusahaan-perusahaan di Negara maju. Biasanya, perusahaan menyediakan dana yang secara khusus digunakan untuk kegiatan yayasan tersebut.

### 3. Bermitra dengan pihak lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial atau organisasi non pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, universitas atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

### 4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Disbanding model CSR yang lain, model ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat “hibah pembangunan”.

Apapun model CSR yang diterapkan oleh perusahaan, satu hal yang paling penting agar CSR perusahaan dapat berjalan dengan baik dan tepat sasaran sekaligus manfaat yang dicapai bisa maksimal adalah melakukan sosialisasi program CSR yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat.

“sosialisasi program penting karena, adanya respon yang baik dari masyarakat akan menjadikan program berjalan sesuai rencana.”<sup>10</sup>

### **3. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Implementasi CSR dalam suatu perusahaan secara umum difokuskan pada tiga hal, yakni profit, masyarakat, dan lingkungan. Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi untuk keberlangsungan usahanya. Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi dalam usaha peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut serta dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Selain manfaat sosial secara umum, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perusahaan akan memberikan manfaat yang luar biasa juga untuk internal perusahaan itu sendiri. Susiloadi menyampaikan bahwa CSR dapat memberi banyak keuntungan, diantaranya:<sup>11</sup>

- a. Peningkatan profitabilitas perusahaan, dan kinerja finansial

---

<sup>10</sup> Nurdizal M. Rachman, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), hal.42

<sup>11</sup> Bungaran Antonius Simanjuntak, *Konsepku Mensukseskan Otonomi Daerah: Membangun Indonesia Berkeadilan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hal. 96

- b. Menurunkan resiko benturan dengan komunitas masyarakat sekitar

#### 4. *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Ekonomi Syariah

Secara sederhana, ekonomi syariah dapat didefinisikan sebagai ekonomi yang dalam setiap pelaksanaan kegiatannya didasarkan pada syariat-syariat Islam. Tetapi, secara lebih luas pengertian ekonomi syariah pada hakikatnya adalah “upaya pengalokasian sumber-sumber daya untuk memproduksi barang atau jasa sesuai dengan petunjuk Allah SWT, dalam rangka memperoleh ridhanya”.<sup>12</sup> Tujuan ekonomi syariah sendiri selaras dengan tujuan dari syariat Islam, yakni kebahagiaan dunia dan akhirat yang tentunya melalui aturan kehidupan yang baik dan terhormat. Prinsip utama dari ekonomi syariah sendiri adalah bahwa segala sesuatu yang ada di muka bumi ini semuanya milik Allah, dan manusia tidak memiliki hak kecuali sebatas memeliharanya dengan baik.

Sama halnya dengan ekonomi konvensional, dalam ekonomi syariah juga ada pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), hanya saja sudut pandang dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ini dalam ekonomi syariah sedikit berbeda dengan ekonomi konvensional. Bukan lagi mengutamakan keuntungan duniawi yang berupa profit dari pelaksanaan program sosial ini. Lebih dari itu, dalam perspektif ekonomi syariah, *Corporate*

---

<sup>12</sup>M. Yasir Nasution, *Ekonomi Islam: Kecenderungan Baru dalam Perkembangan Pemikiran Islam* dalam Abuddin Nata, *Studi Islam Komprehensif*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 412

*Social Responsibility* (CSR) dinilai sebagai salah satu aktivitas sosial ekonomi yang merupakan perwujudan dari konsep ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik yang dapat memberikan manfaat kepada orang lain demi untuk mendapatkan ridho Allah SWT.

Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, dimana Allah merupakan pemilik mutlak, sedangkan manusia hanya penerima amanah, atau pemilik sementara. Dalam Islam, manusia di dorong untuk berbuat ihsan dan sama sekali tidak diperkenankan untuk berbuat kerusakan di muka bumi ini. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Qasas ayat 77, sebagai berikut:

وَأَتَّبِعْ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ

الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu. Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Bumi Restu, 1976) Al-Qasas, 28:77

Dengan demikian, jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diterapkan oleh perusahaan atas dasar niat tulus semata-mata untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, niscaya tindakan tersebut dapat dikategorikan dalam ibadah *ghairu mahdhah*. Artinya, meskipun pada dasarnya aktivitas itu bukan tergolong dalam ibadah, tetapi ketika dilakukan untuk membantu orang lain dengan berharap ridha dari Allah SWT, maka orang yang melakukannya akan mendapat pahala seperti halnya ketika beribadah. Ini berarti juga bahwa ketika pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) didasarkan pada niat tersebut, maka tidak hanya keuntungan berupa loyalitas masyarakat yang didapat, tetapi pengelola juga akan mendapat pahala dan semakin dekat dengan Allah SWT.

Menurut Muhammad Djakfar, implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif Islam dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara universal, yaitu:<sup>14</sup>

1. Al-Adl

---

<sup>14</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 45-48

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang terapkan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis.

## 2. AL-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. Implementasi CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

## 3. Manfaat

CSR yang diterapkan oleh suatu perusahaan haruslah bermanfaat kepada semua pihak, bukan hanya untuk perusahaan pribadi.

## 4. Amanah

Perusahaan yang menerapkan CSR haruslah memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang otomatis terbebani dipundaknya, misalnya amanah untuk menghindari perbuatan yang tidak terpuji disetiap pelaksanaan aktifitas bisnisnya.

### **C. Teori *Holding Company***

“Perusahaan induk (*holding company*) adalah gabungan beberapa perusahaan anak (*subsidiaries*) yang perusahaan induknya mempunyai

pengendalian suara (*voting control*) atas perusahaan anak”<sup>15</sup>. Jadi, perusahaan anak atau perusahaan kecil yang tergabung dalam *holding company* tidak memiliki wewenang penuh terhadap keputusan yang diambil. Semua keputusan yang diambil harus melalui persetujuan dari perusahaan induk.

Dalam dunia bisnis, kehadiran *holding company* menjadi hal yang lumrah, mengingat sudah banyak perusahaan dengan kegiatan bisnis yang sudah demikian besar sehingga perlu melakukan pemecahan berdasarkan penggolongan bisnisnya. Namun pemecahan bisnis ini, meskipun sudah menjadi perseroan terbatas yang mandiri, tetap dalam kepemilikan yang sama dengan pengontrolan yang masih tersentralisasi. Atau dengan kata lain, meskipun perusahaan tersebut sudah dipecah-pecah menjadi perseroan terbatas yang mandiri, tidak otomatis terpisah mutlak dengan perusahaan induk.

Namun demikian, tentunya terdapat kelebihan dan kekurangan dari *holding company* ini, diantaranya meliputi:<sup>16</sup>

#### 1. Kelebihan

- a. Mudahnya pengendalian pada perusahaan, untuk mengendalikan perusahaan lain sangat gampang bagi *holding company*, karena hanya

---

<sup>15</sup> Handono Mardiyanto, *Inti Sari Manajemen Keuangan: teori, soal, dan jawaban*, (Jakarta: Grasindo, 2009), hal. 316 dalam <https://books.google.co.id> diakses pada 3 Desember 2017, pukul 23:00

<sup>16</sup> Agnes Sawir, *Kebijakan Pendanaan, dan Resrukturisasi Perusahaan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 224-225

memerlukan kepemilikan saham antara 20, 40, hingga 50% pada perusahaan lain.

- b. Isolasi risiko, perusahaan yang tergabung dalam *holding company* memiliki kesatuan hukum yang berdiri sendiri, sehingga kewajiban suatu unit tidak ada hubungannya dengan unit yang lain.

## 2. Kelemahan

- a. Pemajakan ganda parsial, *holding company* harus membayar pajak sebagian atas deviden yang diterimanya.
- b. Tingkat leverage keuangan dalam suatu system *holding company* umumnya tinggi, semakin besar tingkat leverage, semakin besar pula tingkat risiko karena fluktuasi penjualan dan pendapatan.

## **D. Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dadang Azwar Aditya<sup>17</sup> pada tahun 2011, dengan judul *Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Perusahaan (Studi Kasus di PT. Sidomuncul Semarang)*, membahas tentang bentuk implementasi CSR di PT. Sidomuncul Semarang. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah pengungkapan bentuk CSR di PT. Sidomuncul Semarang yang ditujukan untuk lingkungan dan masyarakat dan dilaksanakan secara langsung oleh perusahaan.

Persamaan penelitian yang berjudul *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah)* dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil tema implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Kemudian untuk perbedaannya adalah mengenai objek observasi dan fokus penelitiannya. Penelitian ini memilih objek observasi pada PT. Sidomuncul Semarang. Sedangkan, penelitian yang berjudul *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah)* ini, objek yang diteliti terfokuskan pada satu perusahaan *holding company* yaitu Mayangkara Group.

---

<sup>17</sup> Dadang Azwar Aditya, *Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Perusahaan (Studi Kasus di PT. Sidomuncul Semarang)*, (Semarang: Skripsi Tidak diterbitkan, 2011)

2. Penelitian dalam Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, tahun 2013, yang dilakukan oleh Revita Novi Bintari<sup>18</sup> dengan judul, “**Penerapan *Corporate Social Responsibility* dalam Mencapai Sustainable Growth (studi kasus PT. Suprama)**” ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini ditujukan untuk mengevaluasi penerapan *Corporate Social Responsibility*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa PT. Suprama telah menjalankan CSR baik secara internal maupun eksternal. penerapan CSR pada perusahaan ini secara tidak langsung mempengaruhi pertumbuhan berkelanjutan (*sustainable growth*). Yang dibuktikan melalui adanya peningkatan pada prosentase penjualan, reputasi, serta perluasan area penjualan perusahaan dari tahun ke tahun.

Persamaan penelitian yang berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil tema *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Kemudian untuk perbedaannya adalah mengenai objek observasi dan fokus penelitiannya. Penelitian ini memilih objek observasi pada PT. Suprama dan memfokuskan penelitian pada penerapan *Corporate*

---

<sup>18</sup> Revita Novi Bintari, *Penerapan Corporate Social Responsibility dalam Mencapai Sustainable Growth (studi kasus PT. Suprama)*, (Surabaya: Jurnal STIESIA Surabaya, 2013)

*Social Responsibility* dalam mencapai *sustainable growth*, sedangkan dalam penelitian yang berjudul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) ini objek yang diteliti terfokuskan pada satu perusahaan *holding company* yaitu Mayangkara Group dan difokuskan pada pengungkapan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan ini.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuddin<sup>19</sup>, dosen fakultas syariah dan dakwah Universitas Serambi Mekkah, 2016, dengan judul “***Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR); Kajian Teoritis***”, ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan menjelaskan bahwa CSR dalam Islam merupakan salah satu cara dalam mencapai tujuan ekonomi islam, yaitu kesejahteraan ekonomi, keadilan, distribusi pendapatan yang adil, dan kebebasan individu dalam kontek kesejahteraan sosial masyarakat. Kajian dalam jurnal ini membahas CSR dalam teori ekonomi Islam. Hasilnya ditemukan kesimpulan bahwa ICSR mewajibkan untuk mengedepankan kepentingan al-dharuriyyah tercapai terlebih dahulu, dilanjutkan al-hajjiyyah dan al-tahsiniyyah. ICSR dapat dibagikan menjadi tiga konsep: konsep kerohanian, rahmatan lil alamin, dan ukhuwah Islamiyah.

---

<sup>19</sup> Wahyuddin, *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR); Kajian Teoritis*, (Aceh: Jurnal tidak diterbitkan, 2016)

Persamaan penelitian Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) dengan penelitian ini adalah sama-sama mengambil tema *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan unsur ekonomi Islam. Untuk perbedaan penelitian ini dengan jurnal tersebut terletak pada pembahasan dan penggunaan tempat observasi. Kalau penelitian dengan judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) ini pembahasannya lebih kepada praktik, yaitu bentuk dan mekanisme pelaksanaan program CSR di Mayangkara Group, sedangkan penelitian ini pembahasannya lebih kepada teori tanpa menggunakan studi kasus.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Farid Dyah Kurniasari<sup>20</sup>, tahun 2011 dari Universitas Negeri Malang, dengan judul “**Keberhasilan Pelaksanaan pelatihan Manajemen Emosi dan Spiritual Mayankara (MESM) di Stasiun Radio Mayangkara Group Kota Blitar**”, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor keberhasilan program pelatihan MESM di Mayangkara Group dilihat melalui aspek perancangan dan pelaksanaan program pelatihan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian

---

<sup>20</sup> Farid Dyah Kurniasari, *Keberhasilan Pelaksanaan pelatihan Manajemen Emosi dan Spiritual Mayankara (MESM) di Stasiun Radio Mayangkara Group Kota Blitar*, (Malang: Skripsi tidak diterbitkan, 2011)

ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, seperti observasi, wawancara, studi lapangan, dan lain-lain. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat faktor keberhasilan program pelatihan MESM, salah satu faktornya adalah tingginya animo masyarakat yang turut berpartisipasi dalam pelaksanaan pelatihan.

Persamaan penelitian Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) dengan penelitian tersebut adalah kesamaan lokasi penelitiannya yaitu di Mayangkara Group dan pendekatan yang digunakan yaitu sama-sama pendekatan kualitatif. Dan perbedaannya terletak pada topik dan unit yang dijadikan objek penelitian. Dalam penelitian tersebut, penulis memilih unit usaha radio sebagai objek penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini penulis memilih unit usaha sosial yaitu Mayangkara Foundation sebagai objek penelitian.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Arba'in Ridho Afiansyah<sup>21</sup>, dari Universitas Sebelas Maret, tahun 2015, dengan judul **“Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero)”**, penelitian ini menjelaskan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR Berdasarkan ketentuan Undang-undang Nomor 19

---

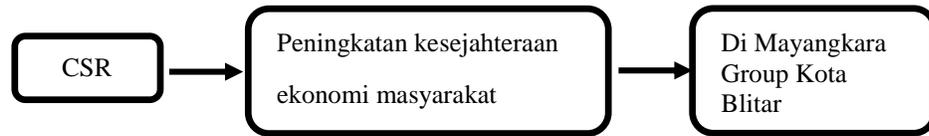
<sup>21</sup> Arba'in Ridho Afiansyah, *Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero)*, (Surakarta: Jurnal tidak diterbitkan, 2015)

Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk CSR yang dilakukan PT. Pelabuhan Indonesia III berupa program kemitraan dan program bina lingkungan. Persamaan penelitian Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) dengan penelitian tersebut adalah sama-sama mengambil tema *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Dan untuk perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut terletak pada tempat observasinya dan topik kajiannya. Kalau dalam penelitian ini penulis memilih Mayangkara Group sebagai tempat observasi, sedangkan jurnal tersebut memilih PT. Pelabuhan Indonesia III sebagai tempat observasinya. Kemudian, kalau pada penelitian ini topik kajian peneliti lebih kepada pelaksanaan CSR secara umum, sedangkan penelitian tersebut mengkaji hukum penerapan CSRnya sebagai topik penelitian.

#### **E. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual penelitian yang berjudul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**KERANGKA KONSEPTUAL**



Dari kerangka konseptual diatas dapat diketahui bahwa penelitian dengan judul Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group Kota Blitar (Perspektif Ekonomi Syariah) ini adalah suatu karya ilmiah atau penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility* yang berperan dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat yang dilakukan oleh Mayangkara Group Kota Blitar.