

BAB V

PEMBAHASAN

A. Bentuk dan mekanisme implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group kota Blitar

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti mengenai bentuk dan mekanisme implementasi *Corporate Social Responsibility* di Mayangkara Group, dapat diketahui bahwa bentuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Mayangkara Group dibagi menjadi dua sesuai dengan sasaran yang diinginkan yaitu:

1. Sasaran eksternal, yang meliputi
 - a. MESM remaja dan dewasa
 - b. LBB gratis
 - c. TPQ gratis
 - d. Bantuan sebagian kebutuhan anak yatim di rumah-rumah warga dan pondok pesantren
 - e. Bantuan sebagian kebutuhan lansia di panti jompo dan yang kurang mampu
 - f. Bantuan untuk tempat ibadah
 - g. Mobil ambulans dan mobil jenazah gratis

- h. Bakti sosial pengobatan gratis
 - i. Sembako hari raya
2. Sasaran internal yang meliputi
 - a. Beasiswa untuk putra-putri karyawan
 - b. Umroh gratis untuk karyawan

Mekanisme pelaksanaan dari semua kegiatan CSR dibuat sederhana dan ditangani langsung oleh lembaga sosial perusahaan yaitu Mayangkara Foundation. Hal ini sesuai dengan model CSR menurut Zaimi dan Hamid, dimana terdapat empat model *Corporate Social Responsibility* yang sering diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, diantaranya yaitu:¹

1. Keterlibatan langsung

Perusahaan menjalankan secara langsung program CSR dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial.

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

¹ Zaimi Saidi dan Hamid Abidin, *Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*, (Jakarta: Piramedia, 2004), hal. 64-65

kegiatan yayasan tersebut. Model inilah yang diterapkan oleh Mayangkara Group.

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”.

Penelitian terdahulu mengenai bentuk pelaksanaan CSR di Mayangkara Group dilakukan oleh Farid Dyah Kurniasari² hasilnya adalah keberhasilan pelaksanaan program MESM. Dan untuk penelitian terdahulu yang membahas penerapan model CSR seperti teori diatas, dilakukan oleh Dadang Azwar Aditya³, dimana dari penelitian ini diketahui bahwa pelaksanaan CSR di PT.

² Farid Dyah Kurniasari, *Keberhasilan Pelaksanaan pelatihan Manajemen Emosi dan Spiritual Mayankara (MESM) di Stasiun Radio Mayangkara Group Kota Blitar*, (Malang: Skripsi tidak diterbitkan, 2011)

³ Dadang Azwar Aditya, *Implementas Corporate Social Responsibility Terhadap Perusahaan (Studi Kasus di PT. Sidomuncul Semarang)*, (Semarang: Skripsi Tidak diterbitkan, 2011)

Sidomuncul Semarang dilakukan dengan model keterlibatan langsung perusahaan.

B. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group kota Blitar

Setelah peneliti melakukan penelitian dan observasi di Mayangkara Group mengenai kendala dalam implementasi CSR di perusahaan ini, diketahui bahwasannya dalam pelaksanaan program tanggung jawab sosial ini, kendala yang dihadapi oleh perusahaan antara lain:

1. Belum tercakupnya seluruh masyarakat atau pihak-pihak yang benar-benar membutuhkan bantuan. Untuk itu, perusahaan memberlakukan survei lapangan sebagai satu langkah untuk solusi mengatasi kendala tersebut.
2. Kurangnya kepekaan dan pemahaman masyarakat pada program dan bantuan yang diberikan perusahaan. Sehingga terkadang proses rekapitulasi kegiatan yang dilakukan oleh admin menjadi sedikit terhambat. Solusinya dengan memberi pengertian di awal sebelum masyarakat memanfaatkan bantuan yang diberikan.
3. Kendala operasional lain yang muncul dan tidak bisa dihindari merupakan faktor alam, yaitu cuaca. Solusinya menunggu hujan reda untuk melanjutkan kerja lapangan.

Dari ketiga kendala diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa melakukan sosialisasi program dalam pelaksanaan CSR sangat penting untuk dilakukan agar masyarakat mengerti dan bisa memanfaatkan bantuan yang diberikan

perusahaan dengan baik. Seperti dalam buku yang berjudul “*Panduan Lengkap Perencanaan CSR*” yang menyatakan bahwa “sosialisasi program penting karena, adanya respon yang baik dari masyarakat akan menjadikan program berjalan sesuai rencana.”⁴

Pada penelitian terdahulu yang membahas tentang pentingnya sosialisasi untuk meminimalisir kendala dalam program CSR ini dilakukan oleh Arba'in Ridho Afiansyah⁵. Dari penelitian ini diketahui bahwasannya terdapat kendala dalam pelaksanaan CSR di perusahaan milik Negara ini. Salah satunya adalah salah persepsi dari masyarakat akibat kurangnya sosialisasi program CSR dari perusahaan.

C. Hasil yang telah diperoleh perusahaan Mayangkara Group kota Blitar setelah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dari hasil wawancara dengan pihak penyelenggara yang dilakukan oleh peneliti mengenai hasil yang telah diperoleh Mayangkara Goup setelah melaksanakan program CSR. Diketahui bahwa perusahaan merasakan kebenaran dan bukti dari argument klasik yang menyatakan bahwa zakat, infaq,

⁴ Nurdizal M. Rachman, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011),hal.42

⁵ Arba'in Ridho Afiansyah, *Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero)*, (Surakarta: Jurnal tidak diterbitkan,2015)

dan shadaqah itu menjadi tolak balak dan membuka pintu rezeki.. lebih jelasnya setelah peneliti melakukan pengamatan dan observai lebih lanjut dapat diketahui bahwasanya hasil yang diperoleh perusahaan setelah menerapkan program ini adalah eksistensi perusahaan menjadi sangat bagus yang kemudian berdampak pada tingginya profit atau laba yang dihasilkan oleh perusahaan dibanding perusahaan lain dibidan usaha yang sama.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Susiloadi yang menyatakan bahwas pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* dalam suatu perusahaan akan menghasilkan dampak positif yang meliputi:⁶

1. Peningkatan profitabilitas perusahaan, dan kinerja finansial
2. Menurunkan resiko benturam dengan komunitas masyarakat sekitar

Penelitian terdahulu yang juga membahas hasil atau dampak positif penerapan CSR bagi perusahaan dilakukan oleh Revita Novi Bintari⁷ yang menghasilkan temuan bahwa penerapan CSR pada PT. Suprama 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.

⁶ Bungaran Antonius Simanjuntak, *Konsepku Mensukseskan Otonomi Daerah: Membangun Indonesia Berkeadilan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), hal. 96

⁷ Revita Novi Bintari, *Penerapan Corporate Social Responsibility dalam Mencapai Sustainable Growth (studi kasus PT. Suprama)*, (Surabaya: Jurnal tidak diterbitkan, 2013)

D. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Mayangkara Group kota Blitar sudah sesuai dengan ekonomi islam atau belum

Dari pengamatan dan observasi yang dilakukan peneliti pada implementasi CSR di Mayangkara Group kota Blitar ini, menyatakan bahwa pelaksanaan CSR di perusahaan tersebut sudah sesuai dengan ekonomi islam. Karena program CSR yang dilakukan perusahaan ini bukan hanya suatu program pelaksanaan tanggung jawab sosial biasa, tetapi merupakan bentuk pentasarufan zakat, infaq, dan shadaqah perusahaan yang dilaksanakan dengan tepat guna dan tepat sasaran untuk mewujudkan kesejahteraan ekonomi, keadilan, dan distribusi pendapatan yang adil, serta tujuan utamanya adalah ridho dan berkah dari Allah SWT. Sehingga hasil akhir yang diharapkan adalah kebaikan serta keberkahan didunia dan pahala di akhirat.

Dengan demikian, program CSR dilakukan Mayangkara Group sudah memenuhi empat unsur utama CSR menurut etika ekonomi islam seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Djakfar. “Keempat unsur ICSR tersebut meliputi al-adl, al-ihsan, manfaat, dan amanah.”⁸ Yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Al ‘Adl

⁸Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hal. 45

Al ‘Adl atau keadilan disini dalam artian tepat guna dan tepat sasaran. Maksudnya program CSR yang dibuat harus benar-benar di maksimalkan manfaatnya dan dialokasikan kepada pihak-pihak yang benar-benar membutuhkan

2. Al-Ihsan

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

Program CSR yang dilakukan perusahaan haruslah memiliki nilai manfaat yang tinggi untuk pihak-pihak yang menjadi sasaran program.

4. Amanah

Setiap perusahaan yang menerapkan program CSR harus melaksanakan programnya dengan amanah dan tidak mengecewakan masyarakat.

Penelitian terdahulu yang juga membahas tentang pelaksanaan CSR sesuai dengan etika ekonomi islam dilakukan oleh Wahyuddin⁹. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwasannya CSR dalam teori islam menjurus kepada pendekatan rohani yang berdasar pada ajaran Al-Qur’an dan Sunnah dengan mengutamakan masalah dan ridho Allah.

⁹ Wahyuddin, *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR); Kajian Teoritis*, (Aceh: Jurnal tidak diterbitkan, 2016)