

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam dunia bisnis yang semakin modern dan mengglobal, persaingan bisnis secara tidak sehat adalah hal yang tidak bisa dihindari, meskipun ada aturan yang melandasinya. Dunia bisnis akibat dari kemodernan tersebut telah menjadi sebuah entitas yang menjadi bagian dari masyarakat. Demikian pula halnya dengan Bank Syariah. Lambat laun Bank Syariah akan semakin berada di tengah masyarakat, baik karena sosialisasinya, peranannya terhadap dunia usaha maupun kontribusinya dalam perekonomian nasional.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wacana penting dalam dunia bisnis sejak tahun 1970-an. Praktik CSR sendiri berawal dari tahap yang paling sederhana, yakni sifat kedermawanan pemilik perusahaan. Pada saat ini CSR merupakan kegiatan penting bagi perusahaan-perusahaan modern, terutama dipelopori oleh MNCs (*multinational corporations*) (Idris, A.R:2005).

Hasil survey “*The Millenium Poll on CSR (Corporate Social Responsibility)*” (1999) yang dilakukan oleh *Enviroics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktek terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial

perusahaan paling berperan. Sedangkan bagi 20% responden, berpendapat citra perusahaan yang akan paling mempengaruhi kesan mereka, yakni faktor- faktor bisnis fundamental seperti faktor finansial, ukuran perusahaan, strategi perusahaan, atau manajemen. Sisanya 20 % responden berpendapat, sebagai masyarakat yang berada di sekitar perusahaan beroperasi, mereka ingin menghukum perusahaan yang dinilai tidak melakukan CSR, dengan cara tidak akan membeli produk bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan menghasilkan produk, atau menginformasikan kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut.

Pada tahun 1950-an, persoalan-persoalan kemiskinan dan keterbelakangan yang semula terabaikan mulai mendapatkan perhatian lebih luas dari berbagai kalangan. Beberapa kalangan bahkan menyebutkan bahwa saat inilah era modern dari CSR dimulai. Mereka menganggap bahwa buku yang bertajuk *Social Responsibilities of the Businessman* karya Howard R. Bowen yang ditulis pada tahun 1953 merupakan literatur awal yang menjadi tonggak sejarah modern CSR. Dan karena karyanya itu Bowen mendapat sebutan sebagai Bapak CSR.

Semakin melekatnya Bank Syariah di masyarakat dibuktikan dengan semakin bertambahnya jumlah nasabah dari waktu ke waktu. Di samping itu jumlah Bank Syariah pun bertambah (terutama pembukaan unit usaha syariah oleh Bank konvensional), hal ini menandakan adanya pasar yang menjanjikan.

Aktivitas CSR pada dasarnya telah melekat secara *inheren* pada Bank Syariah sebagai konsekuensi kebersandaran Bank Syariah pada ajaran Islam.

Berbeda dengan Bank konvensional, Bank Syariah secara dikotomis antara orientasi bisnisnya dengan orientasi sosialnya. Orientasi bisnis seharusnya membawa orientasi sosial, atau setidaknya tidak kontradiksi dengan orientasi sosialnya. Hal ini membawa konsekuensi pada kuatnya karakter sosial dari perbankan syariah, jika dibandingkan dengan Bank konvensional.

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam sendiri. Tujuan dari *syariat Islam (maqashid al syariah)* adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Menurut Naqvy (1996), kegiatan ekonomi dan bisnis dalam Islam dilandasi oleh aksioma Tauhid, Keseimbangan, Kebebasan, dan Pertanggungjawaban. Aksioma-aksioma ini harus diimplementasikan dalam seluruh aspek kegiatan ekonomi dan bisnis. Aksioma keseimbangan dan pertanggungjawaban, misalnya akan membawa implikasi pada keseimbangan dan pertanggungjawaban antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, antara suatu masyarakat dan masyarakat lainnya (Beekun, R.I:1997).

Di beberapa negara, pelaksanaan CSR tidak hanya terkait dengan masalah eksternalitas, namun keyakinan perusahaan bahwa mereka adalah bagian dari suatu masyarakat dan mereka mempercayai bahwa CSR justru akan semakin menambah kepercayaan masyarakat dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

CSR dapat dibagi kedalam 3 tahapan atau kategori (Susanto, 2003). Pertama adalah *social obligation*, pada kategori ini implementasinya sekadar

untuk memenuhi persyaratan minimal yang ditentukan oleh pemerintah dan ada kesan terpaksa. Kedua adalah *social reaction*, pada tahap ini sudah muncul kesadaran oleh perusahaan akan pentingnya CSR, namun tetap saja memiliki ketidakbaikan karena dilakukan setelah masyarakat mengalami eksternalitas yang cukup lama tanpa ada kebijakan dari perusahaan. Ketiga adalah *social response*, pada kategori ini masyarakat dan perusahaan mencari peluang timbulnya kebaikan di tengah masyarakat. Kategori ini lebih dari sekadar pendekatan *ad hoc*, *charity* atau tekanan pihak luar. Ia lebih merupakan sebuah dorongan internal (*internally driven*) dan jalinan kemitraan (*partnership*).

Bagi Bank Syariah, mereka dapat dikatakan telah menjalankan CSR yang dibuktikan dengan pembayaran pajak dan pengelolaan zakat (baik zakat perusahaan, karyawan maupun nasabah). Namun dalam hal ini, kiranya bisa dibuka wacana yang lebih besar lagi yaitu pelaksanaan CSR yang menggunakan dana diluar pajak dan zakat yang merupakan implementasi kategori atau tahap ketiga dari uraian di atas.

Peluang dari implementasi ini yang mungkin terbuka adalah adanya kedekatan dengan masyarakat atau komunitas yang pada akhirnya bisa mempercepat dan memperluas sosialisasi, membentuk jaringan dan berikutnya memperluas jangkauan nasabah. Dengan demikian ini diharapkan bisa membantu mengatasi dana yang menumpuk di Bank Syariah, sebuah jalinan yang merangkai aktivitas sosial dengan bisnis.

CSR yang dilakukan oleh Bank Syariah memiliki keunikan karena seharusnya masyarakat tidak mengalami eksternalitas akibat keberadaan Bank Syariah, namun masyarakat justru akan mendapatkan manfaat dari CSR ini. Dengan demikian, hal ini turut mendorong implementasi tujuan syariah (*maqashid*) oleh Bank Syariah sebagai sebuah institusi.

Dalam beberapa pemberitaan yang melaporkan hasil beberapa survey dan pemberian penghargaan terhadap Bank Syariah, kriteria yang dinilai umumnya masih condong kepada aspek bisnis Bank Syariah. Hal ini memang sebuah keharusan. Namun bila penghargaan yang diberikan juga melibatkan penilaian terhadap CSR Bank Syariah, kiranya akan menjadi kebaikan tersendiri bagi Bank Syariah dan masyarakat yang merasakannya. Masyarakat bukan tidak mungkin akan semakin simpati kepada Bank Syariah karena bisa mengimplementasikan aspek bisnis dan sosial secara syariah bersama-sama.

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

1. Pelaku-Pelaku Organisasi, meliputi:

- a. Hubungan Perusahaan dengan Pekerja (QS. An-nisa ayat 149)

إِنْ نُبِدُوا خَيْرًا أَوْ تَخَفُوهُ أَوْ تَعَفُّوا عَنْ سُوءٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ عَفُورًا
قَدِيرًا

Artinya:

“Jika kamu melahirkan sesuatu kebaikan atau menyembunyikan atau memaafkan sesuatu kesalahan (orang lain), maka sesungguhnya Allah Maha Pema'af lagi Maha Kuasa.”

b. Hubungan Pekerja dengan Perusahaan

c. Hubungan Perusahaan dan Pelaku Usaha Lain; distributor, konsumen, pesaing.

2. Lingkungan Alam (QS. Al-A'raf ayat 56)

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ
رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِنَ الْمُحْسِنِينَ

Artinya:

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdo'alah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”

3. Kesejahteraan Sosial Masyarakat

Di dalam Al Qur'an juga tercantum ayat-ayat yang berhubungan dengan kewajiban orang atau badan dalam menjalankan bisnisnya yang berhubungan dengan lingkungan dan masyarakat disekitarnya. Beberapa prinsip Islam dalam menjalankan bisnis yang berkaitan dengan CSR, antara lain:

- Menjaga lingkungan dan melestarikannya (Surat Al-Maidah ayat 32)

مِنْ أَجْلِ ذَٰلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ 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 إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَٰلِكَ فِي
 الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya :

”Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain [411], atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, maka seakan-akan dia telah membunuh manusia seluruhnya [412]. 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 [413] sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi.

- Upaya untuk menghapus kemiskinan (Surat Al-Hasyr ayat 7)

مَّا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي
 الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً
 بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ
 فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya:

“Apa saja harta rampasan (fay’) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, Rasul, kerabat Rasul, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-

orang yang dalam perjalanan; supaya harta itu jangan hanya beredar di antara orang-orang kaya di antara kalian saja. Apa saja yang Rasul berikan kepada kalian, terimalah. Apa saja yang Dia larang atas kalian, tinggalkanlah. Bertakwalah kalian kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya.”

- Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar (Surat Al-Maidah ayat 103)

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ بَحِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ وَلَا كِنِّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya:

“Allah sekali-kali tidak pernah mensyari'atkan adanya *bahiirah* [449], *saaibah* [4450], *washiilah* [451] dan *haam* [452]. Akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti.”

- Jujur dan amanah (Surat Al-Anfal ayat 27)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.”

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi Saw saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Saw, sebagai pedagang adalah, selain dedikasi

dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq*, *fathanah*, *amanah* dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah *Istiqamah*. *Shidiq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. *Istiqamah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal. *Fathanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal. *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (berbagai sumber).

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut besikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.

Namun, kenyataannya masih banyak Bank Syariah yang semata-mata lebih mengutamakan pencapaian keuntungan maksimal, sebagaimana Bank-Bank

konvensional selama ini. Seharusnya mereka menyertakan komponen tanggung jawab sosial dalam kegiatan operasionalnya sebagai tujuan akhir dalam melayani masyarakat secara utuh (Akhmad,K:2000).

Pelaksanaan CSR di Bank Syariah masih banyak memiliki kekurangan diantaranya program-program yang dijalankan oleh perusahaan masih banyak yang memiliki pengaruh jangka pendek dengan skala yang terbatas. Selain itu, aktifitas CSR perusahaan bagi sebagian orang hanya dianggap semata-mata dilaksanakan demi terciptanya reputasi perusahaan yang positif, bukan demi perbaikan kualitas hidup komunitas dalam jangka panjang. Kemudian, walaupun sejumlah dana dalam jumlah besar sudah dianggarkan, strategi dan program telah dibuat, namun terdapat kompleksitas masalah baik dalam pengelolaan, maupun penyaluran dana yang ditujukan kepada masyarakat.

Hasil Studi terhadap 47 Bank Syariah yang tersebar di 14 negara, perbankan syariah ditengarai belum bersikap terbuka dalam melaporkan aktivitas CSR-nya terutama jika dilihat dari laporan keuangan yang dipublikasikan (Farook Syad:2005). Progran CSR kebanyakan dilakukan dalam bentuk *Community Development* yang cenderung bersifat karitatif, *responsive*, berorientasi jangka pendek, dan kurang melibatkan masyarakat (Sunartiningsih dan Adrian Retno:2004).

Salah satu penyebab lemahnya pelaksanaan CSR adalah karena masih adanya anggapan bahwa CSR adalah *cost centre* sehingga akan mengurangi laba perusahaan. Kompetisi perbankan yang ketat dan orientasi maksimasi keuntungan

juga seringkali menyebabkan kecenderungan Bank Syariah untuk lebih melayani kelompok yang lebih kuat dan *profitable*. Karenanya fungsi sosial Bank Syariah dalam memfasilitasi keterkaitan antara *voluntary sectors* dengan pemberdayaan ekonomi marjinal belum optimal (Sunartiningih dan Adrian Retno:2004).

Salah satu contoh fenomena tentang penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Bank Syariah adalah Bank Syariah Mandiri. Bank yang berdiri sejak 1999 ini memiliki program CSR dalam bentuk Lembaga Amil Zakat Nasional Bangun Sejahtera Mitra Umat (LAZNAS BSM). Bank Syariah Mandiri melalui LAZNAS BSM ini menciptakan program-program yang bersifat sosial bagi kesejahteraan umat. Program sosial LAZNAS BSM ini terdiri dari 3 jenis program, yaitu Program Mitra Umat, Program Didik Umat dan Program Simpati Umat. Tak bisa dipungkiri lagi, dengan adanya program CSR ini pihak Bank Syariah Mandiri dapat membantu masyarakat dari golongan menengah ke bawah agar bisa lebih mandiri dan mencapai kesejahteraan, hal inilah menjadi tujuan utama didirikannya LAZNAS BSM. Dengan semakin banyaknya masyarakat yang terbantu dengan adanya CSR ini, kepercayaan masyarakat kepada Bank Syariah Mandiri pun semakin meningkat. Terbukti dengan semakin pesatnya perkembangan Bank Syariah Mandiri menjadi salah satu Bank Syariah terbesar di Indonesia. Meskipun, dalam pelaksanaannya pihak BSM dan LAZNAS juga sering mendapat kendala dalam penentuan sasaran yang tidak termasuk ke dalam 8 golongan *mustahik* dan tidak sesuai kriteria sasaran program.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini bermaksud untuk memahami implementasi dari *Corporate Social Responsibility* di Bank Syariah terhadap kesejahteraan masyarakat dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Berdasarkan gambaran pokok pikiran tersebut, peneliti ingin melakukan suatu kegiatan penelitian secara ilmiah dengan judul **“Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Syariah”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Setelah melihat latar belakang yang ada dan agar tidak terjadi kerancuan maka peneliti dapat membatasi dan merumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini yaitu mengenai peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui program *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah.

Adapun rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut:

1. Apa motif Bank Syariah Mandiri melakukan *Corporate Social Responsibility* dan apa prinsip dasarnya dalam Al Quran?
2. Bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat yang menjadi sasaran program *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah Mandiri?

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 MAKSUD PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang peneliti kemukakan di atas, maka dapat dilihat maksud dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah masyarakat.

1.3.2 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk meneliti apa motif Bank Syariah Mandiri melakukan *Corporate Social Responsibility* dan apa prinsip dasarnya dalam Al Quran
2. Untuk meneliti bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat yang menjadi sasaran program *Corporate Social Responsibility* Bank Syariah Mandiri

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

1.4.1 KEGUNAAN PRAKTIS

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah memiliki manfaat bagi:

1. Peneliti

Sebagai suatu pengalaman yang sangat berharga karena dengan penelitian ini peneliti dapat memperoleh gambaran secara langsung mengenai motif pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Bank Syariah

Mandiri, apakah sesuai dengan prinsip syariah dan bagaimana tingkat kesejahteraan masyarakat yang menjadi sasaran program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi Bank Syariah mandiri mengenai masalah-masalah dalam hal penerapan *Corporate Social Responsibility*.

1.4.2 KEGUNAAN TEORITIS

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Bank Syariah kepada masyarakat serta sebagai bahan perbandingan antara teori dengan praktek nyata di perusahaan yang selanjutnya dapat digunakan sebagai referensi. Selain itu, dengan diadakannya penelitian ini maka dapat diketahui apakah penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh Bank Syariah kepada masyarakat ini sesuai dengan Undang-Undang No 21 Tahun 2008.