

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI IMPLEMENTASI FIKIH SOSIAL UNTUK PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Yayan Sopyan

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
Jl. Ir. H. Juanda No. 95, Ciputat, Jakarta Selatan
E-mail: yayan_sopyan68@yahoo.com

Abstract. *Corporate Social Responsibility (CSR) as an Implementation of Social Fiqh to Empower Society.* *Corporate Social Responsibility (CSR)* is the responsibility of businesses in their undertakings. CSR in the perspective of social *fiqh* is no only position as an obligation of business that must be there as a part of social life. The government must support business in implementing CSR from voluntary to mandatory requirements so that the existence of CSR can be felt in reality by society. Optimisation of the CSR function in the supporting the success of development can be undertaken by synergising three potentials, namely tertiary education institutions who have the science, sufficient technology and human resources; government who has the space, society and development plans as well as businesses who possess CSR funding.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, social *fiqh*, empowerment, community

Abstrak. *Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Implementasi Fikih Sosial untuk Pemberdayaan Masyarakat.* *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab perusahaan dalam melakukan bina lingkungan. CSR dalam pandangan fikih sosial tidak hanya diposisikan sebagai kewajiban perusahaan tetapi juga merupakan kewajiban sosial yang harus ada sebagai bagian dari hidup bermasyarakat. Pemerintah harus mendorong perusahaan dalam melaksanakan CSR dari *voluntary* (bersifat suka rela) menjadi *mandatory* (bersifat mengikat) sehingga eksistensi CSR dapat dirasakan lebih nyata oleh masyarakat. Optimalisasi fungsi CRS dalam mendorong keberhasilan pembangunan dapat dilakukan dengan mensinergikan tiga potensi yaitu perguruan tinggi yang memiliki ilmu pengetahuan, teknologi dan sumber daya manusia memadai, pemerintah yang memiliki wilayah, masyarakat dan rencana pembangunan serta perusahaan yang mempunyai dana CSR.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, fikih sosial, pemberdayaan, masyarakat

Pendahuluan

Pada tahun 2000 Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) telah mencanangkan apa yang disebut *Millenium Development Goals* (MDGs) yaitu menghapus kemiskinan dan kelaparan, pendidikan untuk semua orang, promosi kesetaraan gender, penurunan kematian anak, meningkatkan kesehatan ibu, memerangi HIV/AIDS, menjamin keberlanjutan lingkungan dan kemitraan global dalam pembangunan. Berdasarkan hal ini maka tujuan negara-negara di dunia untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran global ditargetkan akan tercapai pada tahun 2015¹.

Indonesia merupakan salah satu negara yang meratifikasi kesepakatan global tersebut, yang artinya pemerintah harus serius melakukan pelbagai upaya agar

delapan sasaran yang dicanangkan PBB dimaksud bisa dicapai sesuai dengan target waktu yang ditetapkan. Namun harus disadari bahwa pemerintah tidak bisa berjuang sendiri mencapai tujuan global tersebut karena pemerintah memiliki banyak keterbatasan. Pemerintah saat ini menghadapi persoalan pembangunan yang sangat kompleks, mulai dari keterbatasan anggaran, kelangkaan sumber daya manusia, kekurangan sumber daya alam, kondisi geografis yang sangat luas, jumlah penduduk yang banyak dan sering terjadi bencana alam. Dengan demikian maka sangat penting bagi pemerintah untuk fokus pada kegiatan pembangunan dengan mengutamakan program prioritas yang dampaknya akan dirasakan langsung oleh masyarakat, seperti meningkatkan pelayanan kesehatan, pendidikan dan perluasan lapangan kerja sebagai pilar pembangunan. Pemerintah juga harus bisa menarik partisipasi masyarakat dan pihak perusahaan atau swasta untuk terlibat aktif dalam pembangunan, setidaknya di

Naskah diterima: 30 September 2013, direvisi: 20 November 2013, disetujui untuk terbit: 15 Desember 2013.

¹ [Http://www.republika.co.id](http://www.republika.co.id), diunduh pada tanggal 20 Juli 2013.

lingkungan tempat perusahaan itu berada.

Motivasi utama setiap perusahaan bisnis adalah meningkatkan keuntungan. Logika ekonomi neoklasik menyebutkan bahwa dengan meningkatnya keuntungan dan kemakmuran sebuah perusahaan maka sudah pasti akan meningkatkan kemakmuran rakyat karena produk yang dihasilkan akan lebih murah dan efisien². Kenyataan tidak seindah teori. Banyak perusahaan bukan hanya semakin kaya tetapi juga semakin berkuasa, sementara penduduk miskin dan lemah serta rentan secara sosial, ekonomi, politik, kesehatan dan lingkungan semakin banyak. Kemajuan perusahaan juga menyumbang ketidakadilan dan kesenjangan sosial karena pertumbuhan ekonomi tidak selalu sejalan dengan pemerataan atau distribusi kesejahteraan.

Adanya kesenjangan yang semakin besar antara yang miskin dan kaya memunculkan pelbagai reaksi untuk memperbaikinya yaitu antara lain pemerintah meluncurkan beberapa program untuk pengentasan kemiskinan, perbaikan kesejahteraan, bantuan subsidi langsung dan sebagainya. Namun kenyataan menunjukkan bahwa upaya-upaya pemerintah seperti di atas belum membawa hasil yang maksimal karena terkadang belum tepat sasaran atau tidak berkelanjutan. Penyebab utamanya adalah penanganan yang tidak profesional serta tidak serius, ditambah dengan budaya korupsi yang semakin merajalela.³ Kondisi seperti ini diperburuk oleh perilaku perusahaan yang kapitalis dan eksploratif yang tentu saja tidak memberikan keadilan kepada masyarakat.

Kekuasaan dan penguasaan atas sumber daya alam serta kekayaan ada di tangan perusahaan multinasional yang bisa mendikte negara lain, baik negara maju apalagi negara miskin, sehingga negara tertentu bisa kehilangan kedaulatan atas sumber daya alam bahkan kehilangan kebebasan dan kedaulatan negaranya serta meningkatkan eksploitasi tenaga kerja dan turut memperbesar degradasi sumber daya alam.

Suatu perusahaan dapat hidup dan berkembang tidak dapat dilepaskan dari dua hal, yaitu: (1) Peran pemerintah yang telah membangun infrastruktur, regulasi yang menguntungkan, kemudahan serta terciptanya iklim bisnis yang kondusif. (2) Masyarakat sekitar perusahaan, baik yang terlibat langsung di perusahaan seperti buruh atau karyawan perusahaan, maupun yang tidak terlibat langsung telah menciptakan kondisi yang kondusif sehingga perusahaan merasa tenang dalam

² [Http://www.beritabumi.or.id](http://www.beritabumi.or.id), diunduh pada tanggal 20 Juli 2013.

³ Anonim, "Harmonisasi Agenda Pembangunan Pemerintah dan Swasta", dalam Majalah *Bisnis & CSR*, Edisi 23-29 Juli 2012, h. 7.

menjalankan bisnisnya.

Kewajiban perusahaan terhadap negara seperti membayar pajak dan retribusi lainnya dirasakan belum cukup dan sebanding dengan keuntungan yang diterima perusahaan. Bukan itu saja, rasa kebersamaan berada di tengah masyarakat, rasa empati terhadap penderitaan masyarakat sekitar dan sikap peduli adalah hal yang diharapkan muncul dari perusahaan. Perusahaan harus berpartisipasi aktif dalam pembangunan masyarakat. Dalam tatanan realita, banyak perusahaan yang sudah menjalankan aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) di tengah masyarakat yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Namun juga tidak sedikit perusahaan yang masih ragu bahkan tidak mau mengeluarkan CSR-nya untuk mendukung program pembangunan.

Makna CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas⁴.

The International Organization of Employers (IOE) memberi definisi CSR sebagai "Initiatives by companies voluntary integrating social and environmental concerns in their business operations and in their interaction with their stakeholders". Dari definisi ini dapat dipahami bahwa CSR merupakan suatu inisiatif dari perusahaan yang bersifat *voluntair* atau sukarela dan melampaui kewajiban hukum terhadap peraturan perundang-undangan dimana kegiatannya dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan⁵.

Adapun Elvinaro Ardianto⁶ mendefinisikan CSR 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". Magnan dan Ferrel mendefinisikan CSR sebagai "A business acts in socially responsible manner when its decision on account for and balance diverse stakeholder interests". Magnan

⁴ Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, (Gresik: Fascho Publishing, 2007), h. 7.

⁵ Bambang Ruditio dkk, *Corporate Social Responsibility: Jawaban bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*, (Jakarta: ICSD, 2003), h. 67.

⁶ Elvinaro Ardianto, *Efek Kedermawanan Perusahaan dan CSR*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011), h. 34.

dan Ferrel, seperti yang dikutip oleh Edmund M Burke, lebih menekankan pada perlunya memberikan keseimbangan perhatian terhadap kepentingan pelbagai pemangku kepentingan yang beragam dalam setiap keputusan yang diambil pelaku bisnis melalui perilaku yang bertanggung jawab secara sosial⁷. Dalam pandangan yang lebih komprehensif, Carroll⁸ melihat bahwa tanggung jawab perusahaan harus berdasarkan 4 jenjang, yaitu ekonomi, hukum, etis dan filantropi, dimana keempatnya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomi, sebuah perusahaan harus menghasilkan keuntungan sebagai fondasi untuk mempertahankan keberadaannya dan berkembang. Tanggung jawab ekonomi merupakan hasrat paling *natural* dan primitif dari sebuah perusahaan sebagai organisasi bisnis untuk mendapatkan laba. Namun dalam mencapai tujuan mencari laba perusahaan juga harus mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku. Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang sehingga perusahaan tidak menggunakan dan menghalalkan segala cara untuk memperoleh laba tersebut. Nilai-nilai etis dari masyarakat harus dijadikan rujukan bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Lebih dari itu, perusahaan juga harus mempunyai tanggung jawab filantropi yang mensyaratkan agar perusahaan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat agar kualitas hidup masyarakat dapat meningkat sejalan dengan operasi bisnis perusahaan.⁹

CSR menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindarkan seiring dengan adanya tuntutan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan harus sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga oleh komunitas yang berada di sekelilingnya. Ada nilai penting yang harus diperhatikan dalam hubungan ini bahwa telah terjadi pergeseran hubungan antara perusahaan dan komunitas. Perusahaan yang semula memposisikan diri sebagai pemberi donasi melalui kegiatan *charity* kini memposisikan masyarakat sebagai mitra yang turut andil dalam kelangsungan eksistensi perusahaan.

CSR merupakan fenomena strategi perusahaan

yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR muncul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*. Perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham atau *shareholders*, tetapi juga kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas.

Beberapa hal yang termasuk dalam CSR antara lain adalah tata laksana perusahaan (*corporate governance*) yang sekarang sedang marak di Indonesia, kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan dan masyarakat serta investasi sosial perusahaan (*corporate philanthropy*).

Ada pelbagai penafsiran tentang CSR dalam kaitannya dengan aktivitas atau perilaku suatu perusahaan, namun yang paling banyak diterima saat ini adalah pendapat yang mengatakan bahwa CSR adalah yang sifatnya melebihi (*beyond*) laba, melebihi hal-hal yang diharuskan peraturan dan melebihi sekedar *public relations*.

Tujuan dan Prinsip CSR

Dengan meningkatnya peran swasta antara lain melalui pasar bebas, privatisasi dan globalisasi maka swasta semakin luas berinteraksi dan memiliki tanggung jawab sosial dengan masyarakat dan pihak lain. Dalam ekonomi modern peranan pemerintah semakin berkurang tidak terkecuali dalam hal pelayanan publik. Banyak pelayanan publik yang dulu dikuasai pemerintah kini diambil alih swasta dengan manajemen dan kualitas yang lebih baik. Namun tentu saja harus dibayar dengan lebih mahal oleh publik untuk mendapatkan kualitas yang baik.

Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya dalam bidang pembangunan sosial dan ekonomi tetapi juga dalam hal lingkungan hidup. Ada tiga pilar utama dalam *corporate citizenship*, yaitu keuangan, sosial dan lingkungan. Perusahaan swasta harus bekerja sama dengan pihak lain, dalam hal ini adalah pemerintah dan masyarakat (termasuk organisasi kemasyarakatan, partai politik dan masyarakat luas).

Ada 5 tujuan pelaksanaan CSR, yaitu: (1) Meminimalisir resiko sosial. (2) Membangun harmonisasi dengan masyarakat. (3) Peran aktif dalam memperbaiki masyarakat dengan melibatkan perusahaan pada masyarakat sekitar. (4) Pengembangan bisnis perusahaan dan menumbuhkan kepercayaan

⁷ Edmund M Burke, "Corporate Community Relation", dalam Gary M. Gould dan Michael L Smith (eds), *Social Work in the workplace*, (New York: Springer Publishing Co, t.t.), h. 314.

⁸ Archie B. Carroll, *Bussiness and Social: Ethics and Stakeholders Management*, (Ohio: South Western College Publishing, 1996), h. 39.

⁹ Fajar Nursahid, *Tanggung Jawab Sosial BUMN: Analisis terhadap Modal Kedermawanan Sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina dan PT Telekomunikasi Indonesia*, (Depok: Primedia, 2006), h. 15.

masyarakat dan mitra bisnis. (5) Meningkatkan harapan masyarakat agar perusahaan mengejar sasaran sosial dan ekonomi¹⁰.

Adapun prinsip CSR adalah *triple bottom lines*, yaitu *profit, people and planet* (3P). *Profit* artinya perusahaan harus tetap berorientasi pada pencapaian keuntungan ekonomi yang memungkinkan terus beroperasi dan berkembang. *People* artinya perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia, seperti kepedulian perusahaan pada pendidikan, kesehatan dan *capacity building* masyarakat lokal. Sedangkan *planet* artinya setiap perusahaan harus peduli terhadap masalah lingkungan hidup¹¹.

Sejarah CSR

CSR lahir di dunia Barat, tepatnya di Amerika Serikat sekitar awal abad ke-19 dimana dunia industri Amerika sedang mengalami pertumbuhan yang pesat. Banyak perusahaan raksasa muncul di tengah komunitas masyarakat. Hal menyebabkan benturan sosial yang cukup serius. Banyak perusahaan yang menyalahgunakan kekuasaan mereka seperti diskriminasi harga, penahanan dan perlakuan buruk terhadap buruh serta perilaku amoral lainnya. Kondisi seperti ini melahirkan aksi protes dari masyarakat. Pemerintah Amerika Serikat mengatasinya dengan membuat regulasi yang mewajibkan perusahaan berlaku adil dan menghargai masyarakat. Gaji buruh harus dikeluarkan dan tidak diperbolehkan melakukan diskriminasi harga. Fase selanjutnya pada tahun 1930-an banyak aksi protes terhadap perusahaan yang tidak peduli terhadap masyarakat sekitarnya. Banyak perusahaan yang bersifat tertutup. Di pihak lain resesi dunia melanda dalam skala besar. Banyak perusahaan yang bangkrut dan terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) massal. Perusahaan bersikap ingin menang sendiri dan tidak bertanggung jawab. Karena terjadi gejolak di masyarakat, akhirnya perusahaan dituntut untuk meminta maaf dan memberikan jaminan kepada masyarakat yang mengalami PHK¹². Pada tahun 1970 sampai 1980-an banyak perusahaan yang mulai memperhatikan lingkungannya dengan memberikan bantuan-bantuan, khususnya ketika terjadi bencana alam, serta tunjangan lainnya.

¹⁰ Meity Aksari, *Pendayagunaan Dana CSR (Corporate Social Responsibility) BUMN melalui Program Pengentasan Kemiskinan DKI (PPKDKI) di Pulau Pari*, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.

¹¹ Edi Suharno, *Pekerja Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial*, (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 104.

¹² Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 352.

Mulai tahun 1990-an CSR mulai dikenal di Indonesia. Salah satu momentum penting adalah melalui program pengembangan PKBL (Pinjaman Kredit dan Bantuan Langsung) perusahaan BUMN yang diatur dalam PP No.3 tahun 1983 tentang Tata Cara Pembinaan Pengawasan Perusahaan Jawatan (Perjan, Perusahaan Umum (Perum) dan Perseroan Terbatas (Persero). Pada tahun 2003 Kementerian Sosial menggulirkan konsep *seat belt*, yaitu sebuah konsep investasi sosial perusahaan. Kementerian Sosial berperan aktif untuk mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi pada pelbagai perusahaan nasional. Pada fase ini bentuk CSR yang umum dipakai adalah pemberian bantuan kepada organisasi-organisasi lokal dan masyarakat miskin sekitar perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada motivasi kariatif dan kemanusiaan yang dilakukan secara *ad hoc*, parsial dan tidak melembaga. CSR pada tataran ini hanya sekedar *do good and to look good* (berbuat baik agar terlihat baik). Perusahaan lebih terkesan tebar pesona daripada tebar karya. Setelah fase ini barulah istilah CSR muncul dalam peraturan perundang-undangan yang lebih tegas dan nyata.

CSR dalam Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia

Saat ini CSR telah diatur dalam peran di Indonesia. Dalam peraturan perundang-undangan tersebut ada yang secara implisit menyebutkan istilah tersebut dan ada juga yang belum menyebutkannya tetapi sudah mengarah ke sana. Beberapa peraturan perundangan-undangan tersebut adalah: pertama, UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Dalam undang-undang ini dijelaskan dalam pasal 6:

- 1) Setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah dan menanggulangi pencemaran dan perusakan.
- 2) Setiap orang yang melakukan usaha dan/kegiatan berkewajiban melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan/kegiatan.

Kemudian pasal 16 ayat (1) menyebutkan bahwa "Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan limbah hasil usaha dan/atau kegiatan". Dan pasal 17 ayat (1) menyebutkan bahwa "Setiap penanggung jawab usaha dan/atau kegiatan wajib melakukan pengelolaan bahan berbahaya dan beracun".

Kedua, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, khususnya pasal 15 yang menyebutkan bahwa "Setiap penanaman modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, menghormati

tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal". Dan pasal 16 menyebutkan bahwa "Setiap penanam modal bertanggung jawab menjaga kelestarian lingkungan hidup dan menciptakan keselamatan, kesehatan, kenyamanan dan kesejahteraan pekerja".

Ketiga, UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya ketentuan pasal 74 ayat (1) yang menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau kegiatan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan".

Keempat, UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah khususnya pasal 21 yang menyebutkan bahwa "Badan Usaha Milik Negara dapat menyediakan pembiayaan dari penyisihan bagian laba tahunan yang dialokasikan kepada usaha mikro dan kecil dalam bentuk pemberian pinjaman, penjaminan, hibah dan pembiayaan lainnya".

Kelima, Keputusan Mahkamah Konstitusi (MK) tanggal 15 April 2009 tentang penolakan uji material KADIN terhadap pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam.

Keenam, Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan Pemerintah ini sebagai tindak lanjut dari pasal 74 ayat 1 yang di dalamnya menjelaskan bahwa dalam pelaksanaan CSR dapat diberikan penghargaan, misalnya fasilitas atau kemudahan sesuai ketentuan berlaku atau diberikan reward bagi perusahaan yang mempunyai kinerja baik dalam kerja sama program CSR.

Ketujuh, Keputusan Menteri BUMN No. KEP 236/MBU/2003 Tanggal 17 Juni 2003 tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan yang menyebutkan bahwa "BUMN perlu berpartisipasi untuk memberdayakan dan mengembangkan kondisi ekonomi, kondisi sosial masyarakat dan lingkungan sekitarnya".

Dari sini terlihat perkembangan pengaturan CSR di Indonesia agar memiliki daya atur, daya ikat dan daya dorong. CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*. Dengan demikian, kontribusi dunia usaha diharapkan terukur dan sistematis dalam ikut meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kebijakan yang pro rakyat dan lingkungan seperti ini sangat dibutuhkan di tengah arus *neoliberalisme* seperti sekarang ini.

Pemberdayaan Masyarakat

Istilah pemberdayaan merupakan istilah pinjaman yang berasal dari bahasa Inggris, "empowerment", akar katanya adalah "power" yang artinya kuat, kemampuan berbuat, mencapai, melakukan atau memungkinkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemberdayaan dimaknai sebagai upaya pendayagunaan, pemanfaatan yang sebaik-baiknya dengan hasil yang memuaskan.¹³

Pemberdayaan masyarakat adalah penyediaan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas masyarakat sehingga masyarakat bisa menemukan masa depan yang lebih baik¹⁴. Gunawan memberikan batasan sebagai upaya untuk membangun daya yang dimiliki dhuafa dengan mendorong, memberikan motivasi dan meningkatkan kesadaran tentang potensi yang dimiliki mereka serta berupaya untuk mengembangkannya¹⁵. Sementara PPM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta mendefinisikan pemberdayaan masyarakat sebagai upaya mengajak anggota masyarakat bersama-sama menyelesaikan masalah yang senyatanya ada dalam kehidupan mereka dan meningkatkan kemampuan mereka dalam pengambilan keputusan yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan kualitas kehidupan¹⁶.

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil benang merah bahwa pemberdayaan masyarakat adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang kepada masyarakat tertentu yang tidak berdaya, kurang mampu, bodoh dan terbelakang untuk menjadikan masyarakat tersebut berdaya, mampu, pintar dan maju melalui upaya-upaya tertentu seperti pendidikan, pelatihan, pendampingan dan pembinaan secara terus menerus sehingga masyarakat itu berubah dan mampu berbuat sesuai dengan harkat dan martabat mereka dalam melaksanakan hak dan kewajibannya selaku masyarakat.

Adapun tujuan pemberdayaan masyarakat adalah: (1) Meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan membantu menyelesaikan masalah yang senyatanya menjadi kendala bagi masyarakat dalam mencapai kesejahteraan bersama (*problem solving*). (2) Mereduksi kesenjangan sosial yang terjadi dalam masyarakat. (3)

¹³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), h. 189.

¹⁴ Ismet Firdaus, *Pengalaman Alquran tentang Pemberdayaan Dhuafa*, (Ciputat: Dakwah Press UIN Syarif Hidayatullah, 2008), h. 9.

¹⁵ Gunawan Sumodiningrat, *Pembangunan Daerah dan Pengembangan Masyarakat*, (Jakarta: Bina Reni Pawirna, 1997), h. 165.

¹⁶ PPM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, *Pedoman Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Dosen*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2013), h. 34.

Menumbuhkan, memelihara dan menjaga nilai-nilai demokrasi dalam masyarakat agar tercipta keadilan dan pemerataan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. (4) Memberikan peluang kepada anggota masyarakat untuk menemukan potensi dirinya dan mengenali kendala-kendala dalam mengembangkan potensi tersebut. (5) Membangun *image* dalam masyarakat bahwa setiap individu anggota masyarakat merasa berguna dan bermanfaat bagi dirinya, orang lain dan masyarakat.¹⁷

Ada tiga upaya yang dapat dilakukan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, yaitu: (1) Mendorong, memotivasi dan meningkatkan kesadaran akan potensi yang dimiliki masyarakat serta menciptakan iklim untuk berkembang. (2) Memperkuat daya dan potensi yang dimiliki dengan langkah-langkah positif pengembangan. (3) Penyediaan pelbagai masukan, pembukaan akses dan peluang. Upaya yang tidak kalah pentingnya yang harus dilakukan adalah peningkatan taraf pendidikan, derajat kesehatan, akses pada modal, teknologi tepat guna, informasi, lapangan kerja dan mengakses pasar berikut fasilitas-fasilitasnya¹⁸.

Fikih Sosial

Dalam prakata buku *Masdari* F. Mas'udi, Abdurrahman Wahid (Gus Dur) menjelaskan bahwa dalam rentang sejarahnya yang sangat panjang, lebih dari 10 abad, umat Islam telah mengabaikan amanat sosial (kekhilafahan)-nya yang *nota bene* begitu jelas dalam ajaran agama. Bukan tidak ada dimensi sosial yang telah ditegakkan oleh umat Islam dalam peri kehidupan politik, ekonomi maupun sosial lainnya, akan tetapi semuanya itu tampak sebagai sesuatu yang tidak mempunyai kaitan organik dan fungsional dengan jantung keyakinan agamanya. Islam, dengan komitmen sosialnya yang begitu eksplisit, telah direduksi menjadi agama yang hanya berurusan dengan peri kehidupan yang berskala personal dan bersifat ritual sehingga untuk dimensi kehidupan individual umatnya barangkali Islam masih memberikan pengaruhnya, akan tetapi untuk dimensi kehidupan sosial pengaruh itu hampir tidak lagi terasa, bahkan seolah-olah seperti tatanan masyarakat borjuis-kapitalis.¹⁹

Kegelisahan intelektual Gus Dur di atas menyadarkan umat Islam untuk bisa keluar dari pemahaman fikih

¹⁷ PPM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, *Pedoman Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Dosen*, h. 34.

¹⁸ I Nyoman Sumaryadi, *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: Citra Utama, 2005), h. 114.

¹⁹ Farid F. Mas'udi, *Agama Keadilan, Risalah Zakat (Pajak) dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1993), h. xi-x.

yang terlalu mekanis serta formalistik dan kembali pada tujuan syariat (*maqâshid al-syâri'ah*) yaitu terciptanya kemaslahatan bagi manusia. Kemudian gagasan ini bergulir dan dituangkan dalam wacana yang lebih konkret dengan menyebut istilah fikih sosial. Setidaknya ada dua orang tokoh yang melontarkan wacana ini, yaitu Sahal Mahfudh yang menulis buku *Nuansa Fikih Sosial* (1994)²⁰ dan Ali Yafie yang menulis buku *Wacana Baru Fikih Sosial* (1997)²¹.

Dalam dua buku ini gagasan tentang fikih sosial secara operasional dapat dicerna dengan baik walaupun kedua ulama tersebut belum mendeskripsikan secara lugas makna fikih sosial secara terminologis. Sebagai tahap awal hal ini dapat dimaklumi karena term fikih sosial belum dikenal dalam diskursus fikih klasik. Namun prinsipnya sudah tertangkap jelas yaitu term fikih sosial (*al-fiqh al-ijtimâ'i*) merupakan bandingan dari terma fikih individu (*al-fiqh al-infrâdi*). Jika fikih individu menekankan pada aspek relasi individu dengan Allah Swt. dan hubungan manusia dengan manusia dalam bentuk personal maka fikih sosial lebih menekankan pada aspek ajaran tentang hubungan antar sesama manusia dan bermasyarakat. Dengan pendekatan ini maka fikih sosial dapat dipahami sebagai fikih yang berdimensi sosial atau fikih yang dibangun atas dasar hubungan antar individu atau kelompok di dalam masyarakat²².

Fikih sosial diharapkan dapat mengeluarkan manusia dari jurang kebekuan (statis) dan keterbelakangan karena berhubungan, berkaitan dan berkelindan dengan problematika sosial yang meliputi pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, ekonomi, keilmuan, budaya dan politik²³. Tujuan pokok fikih sosial adalah membentuk satu konsep fikih yang berdimensi sosial atau fikih yang dibangun dengan sejumlah peranan individu atau kelompok dalam proses bermasyarakat dan bernegara.

Hakikat dari gagasan fikih sosial adalah sebuah upaya untuk merubah paradigma berfikir tentang ibadah sosial. Pengentasan kemiskinan, misalnya, harus dimulai dari proses penyadaran kepada masyarakat tentang kemiskinan dan tata cara penanggulangannya. Masyarakat diajak untuk sadar bahwa kemiskinan adalah musuh yang harus dilawan dan dihilangkan. Kemiskinan bukanlah takdir Allah Swt. yang harus

²⁰ Sahal Mahfudh menulis buku *Nuansa Fikih Sosial* yang diterbitkan di Yogyakarta oleh Penerbit Pustaka Pelajar dan LkiS pada tahun 1994.

²¹ Ali Yafie menulis *Wacana Baru Fikih Sosial* yang diterbitkan di Bandung oleh Penerbit Mizan pada tahun 1997.

²² [Http://melbayawy.wordpress.com](http://melbayawy.wordpress.com), diunduh pada 20 Juli 2013.

²³ [Http://melbayawy.wordpress.com](http://melbayawy.wordpress.com), diunduh pada 20 Juli 2013.

diterima tanpa *reserve*. Cara mengentaskannya adalah dengan usaha keras, sistematis, terus menerus dan serius. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. yang menyebutkan bahwa “Sungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum sehingga kaum itu merubah nasibnya sendiri (dengan berusaha)”²⁴. Masyarakat juga perlu disadarkan tentang bahaya laten kemiskinan yaitu dapat menjerumuskan pada kekafran sebagaimana Hadis Nabi ”Kefakiran mendekatkan diri pada kekufuran”. (H.r. Abû Na’im dari Anas).

Dari aspek fikih sosial, perusahaan sebagai subjek dan objek hukum harus melaksanakan kewajiban, bukan saja kewajiban kepada negara seperti membayar pajak namun juga melaksanakan kewajiban sosial yaitu dengan melaksanakan CSR setidaknya di lingkungan dimana perusahaan itu berada.

Implementasi Fikih Sosial melalui CSR

Keberadaan industri tidak dapat dihindarkan dari kehidupan manusia karena pada hakikatnya dunia industri pun lahir dari upaya memenuhi kebutuhan hidup manusia. Namun di sisi lain, industri juga meninggalkan residu yang tidak baik bagi masyarakat sekitarnya. Dunia industri meninggalkan pencemaran bagi lingkungan, membuat kesenjangan sosial yang semakin lebar dan friksi sosial lainnya.

Negara telah melakukan intervensi dengan mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang mengatur bagaimana seharusnya dunia industri berhubungan dengan masyarakat serta mewajibkan pada perusahaan untuk melakukan CSR, disamping melakukan kewajiban-kewajiban lain seperti membayar pajak dan retribusi lainnya. Disamping pendekatan normatif, perusahaan juga harus mempunyai kesadaran tidak hanya melaksanakan norma hukum tetapi juga akan lebih menguntungkan jika melakukan program yang bersifat simbiosis mutualisme, terjadinya sinergi positif dan saling membutuhkan dengan masyarakat.

Ketika melaksanakan program CSR, perusahaan tidak boleh memaknai CSR sebagai sebuah kewajiban *ansich*, akan tetapi juga harus lahir dari kesadaran yang mendalam akan pentingnya bersinergi dengan masyarakat sekitar karena tanpa masyarakat maka perusahaan itu tidak bisa bermakna apa-apa.

Sebuah perusahaan mungkin telah membayar kewajiban pajaknya pada negara dan uang pajak tersebut menjadi modal negara untuk pembangunan, akan tetapi kewajiban perusahaan pada masyarakat sekitar,

apalagi perusahaan yang melakukan eksplorasi sumber daya alam atau yang menyebabkan polusi lingkungan, belum cukup. Masyarakat dan lingkungannya tidak mendapatkan keuntungan kecuali segelintir orang yang bisa bekerja di perusahaan itu. Dan keuntungan itu tidak sebanding dengan kebisingan, polusi atau gangguan lingkungan lainnya. Maka upaya bijak dari perusahaan bukan hanya mengeluarkan pajak untuk negara tetapi juga menyisihkan sedikit keuntungan yang diperoleh untuk dapat berbagi dengan masyarakat sekitar perusahaan. Pendekatan yang dilakukan perusahaan tidak lagi pendekatan legal formal, dimana perusahaan hanya melihat bahwa pemerintah telah memberikan izin usaha kepadanya dan mereka telah membayar pajak, akan tetapi harus melakukan hubungan simbiosis mutualisme, dimana antara perusahaan dan masyarakat sekitar terjalin hubungan mesra yang saling mengisi dan membutuhkan.

Ketika perusahaan menjalin hubungan yang mesra dengan masyarakat sekitar maka akan menguntungkan perusahaan itu sendiri karena usahanya didukung oleh lingkungan yang kondusif, aman dan mereduksi konflik. Penerapan CSR seharusnya tidak dianggap sebagai *cost* semata, melainkan juga sebuah investasi jangka panjang bagi perusahaan bersangkutan. Perusahaan harus yakin bahwa ada korelasi positif antara pelaksanaan CSR dengan meningkatnya apresiasi dunia internasional maupun domestik terhadap perusahaan bersangkutan. Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang maka akan menumbuhkan rasa penerimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi bisnis pada perusahaan yang bersangkutan. CSR dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan serta terus menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Kalau dalam kesehatan badan ada istilah *al-aql al-sâlim fî al-jism al-sâlim* (akal yang sehat terdapat dalam badan yang sehat) maka dalam dunia bisnis berlaku pula “perusahaan yang sehat berada dalam lingkungan masyarakat yang sehat”. Artinya, kalau suatu perusahaan mau sehat maka harus dapat menyehatkan lingkungannya. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. CSR timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar

²⁴ Q.s. al-Râd [13]: 11.

profitability.

CSR bukan hanya sekedar kewajiban pada negara tetapi juga tanggung jawab sosial. CSR harus menjadi jembatan penghubung (*bridges/wasilah*) agar masyarakat yang kurang mampu dapat terentaskan kesulitan hidupnya bahkan entitas CSR harus mampu menopang perekonomian nasional.

Dalam bidang lingkungan hidup, misalnya, residu industri telah merusak lingkungan hidup baik secara langsung maupun tidak. Daya rusak industri, khususnya industri yang menggunakan langsung sumber daya alam, sangat dahsyat dan dirasakan langsung akibatnya oleh masyarakat. Adanya longsor, banjir, kebakaran hutan, luapan lumpur, kekurangan air, polusi udara, pencemaran air, tumpukan sampah dan pemanasan global (*global warming*) merupakan bukti konkret dari residu itu. Oleh karenanya maka perusahaan tidak boleh melempar tanggung jawab dan hanya mengatakan hal tersebut merupakan kewajiban pemerintah karena sudah membayar pajak. Perusahaan melalui program CSR-nya harus turun langsung dan berbuat sesuatu untuk menyelamatkan bumi dari kehancuran.

Peran Perguruan Tinggi dalam Pemberdayaan Masyarakat dengan menggunakan CSR

UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 20 menyebutkan bahwa perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat disamping melaksanakan pendidikan. Sejalan dengan itu, UU No. 12 Tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi pasal 45 menegaskan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan civitas akademika dalam mengamalkan dan membudayakan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memajukan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa.

Secara ideal, ketiga darma dari tridarma perguruan tinggi seharusnya mendapatkan perhatian dan perlakuan yang sama. Namun kenyataannya darma pengabdian kepada masyarakat masih tertinggal jauh dan belum mendapat perhatian secara serius dari pemangku kebijakan pendidikan, baik dari aspek regulasi maupun finansial. Padahal kalau dilihat dari dampak yang ditimbulkannya, pengabdian kepada masyarakat menduduki posisi yang strategis sebagai implementator ilmu dan teknologi, motivator, inisiatör, kreator dan dinamisator dalam pemberdayaan masyarakat serta menjadi *public relation* bagi perguruan tinggi sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat langsung dari

keberadaan perguruan tinggi.

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat memerlukan dana yang tidak sedikit. Apabila hanya mengandalkan dana pengabdian kepada masyarakat dari alokasi dana yang sudah ditentukan perguruan tinggi maka tidak akan mencukupi. Berharap banyak untuk ketercukupan dana pengabdian masyarakat adalah suatu hal yang hampir dikatakan mustahil. Namun apabila kreatif, perguruan tinggi dapat memanfaatkan dana dari pihak luar yang dapat digunakan untuk melakukan pemberdayaan masyarakat sesuai dengan tugas dan fungsi perguruan tinggi. Alangkah arifnya jika perguruan tinggi lebih kreatif lagi untuk mengembangkan kemitraan dengan lembaga lain atau perusahaan. Peluang untuk melakukan hal ini masih terbentang luas.

Sebagai *center of excellence*, perguruan tinggi memiliki konsep dan teori pemberdayaan yang sempurna ditambah dengan ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) baik dosen maupun mahasiswa. Di pihak lain, perusahaan mempunyai dana yang cukup dan kewajiban sosial kepada masyarakat. Demikian juga dengan pemerintah yang memiliki regulasi, wilayah, masyarakat dan rencana pembangunan. Tiga komponen ini (perguruan tinggi, perusahaan dan pemerintah) mempunyai tujuan yang sama yaitu melakukan pemberdayaan masyarakat. Jika ketiga potensi ini disinergikan maka akan menjadi kekuatan besar yang dapat mempercepat daya dorong keberhasilan pemberdayaan masyarakat.

Sebagai contoh adalah apa yang telah dilakukan Pusat Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dalam melaksanakan program pemberdayaan masyarakat dengan melakukan sinergi dengan perusahaan dan pemerintah. Pada tahun 2012 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta bekerja sama dengan Kementerian BUMN dalam program mengentaskan kemiskinan di Propinsi DKI Jakarta. Dana yang digulirkan mencapai hampir Rp. 16 miliar dan dana yang dikelola langsung oleh PPM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sebesar Rp. 4 Miliar. Dana yang dihimpun oleh kementerian BUMN berasal dari CSR 4 perusahaan milik BUMN yaitu: Bank BRI, Pertamina, PGN dan Pelindo II.

Pada tahun 2013 Pusat Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta bekerja sama dengan PT Pelindo II untuk mengembangkan program pemberdayaan masyarakat pesisir yang berlokasi di Pulau Pari Kepulauan Seribu. Pusat Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) UIN Syarif

Hidayatullah Jakarta membantu masyarakat dengan melakukan pemetaan masalah, penyusunan program, pelatihan dan pendampingan. Dana yang digulirkan dari CSR Pelindo II sekitar 700 Juta. Program yang dapat dilihat adalah pembuatan sanitasi lingkungan, pembuatan kamar mandi umum, pembuatan sarana ibadah, bantuan pengadaan alat pada nelayan, pelatihan pengolahan hasil nelayan, pembuatan taman, serta perbaikan rumah tinggal agar lebih sehat, laik huni atau dapat dijadikan lahan usaha sebagai *home stay*.

Selain itu, sebagai contoh lain adalah program CSR BRI melalui BRI Peduli dimana BRI bukan saja memberikan sebuah mobil ambulance untuk UIN Syarif Hidayatullah Jakarta namun juga bermitra dengan Pusat Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta untuk membuat program Santripreneurship, sebuah program pelatihan interpreneur untuk para santri secara nyata. Santri tidak hanya diajari interpreneur secara konseptual tetapi juga dapat melakukan praktek langsung secara nyata. Program ini dilaksanakan di Yayasan Pendidikan Islam Al-Mubarokah Ciranjang, Cianjur.

Sebenarnya masih banyak program yang dapat dikembangkan untuk mensinergikan ketiga potensi tersebut. Saat ini di beberapa daerah berkembang forum CSR sebagai implementasi kewajiban perusahaan namun masih sedikit perguruan tinggi yang melibatkan diri atau belum mengetahui tentang keberadaan forum ini.

Penutup

CSR merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan masyarakat dimana perusahaan itu berada. Dalam perspektif hukum Islam, CSR merupakan salah satu bentuk implementasi fikih sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Optimalisasi manfaat dana CSR yang sangat besar akan terjadi kalau ada sinergi yang positif antara perusahaan, perguruan tinggi dan pemerintah. Perguruan tinggi dapat memanfaatkan dana CSR ini sebagai salah satu upaya untuk pemberdayaan atau pengabdian masyarakat sebagaimana diamanatkan dalam tri darma perguruan tinggi, mengingat apabila hanya mengandalkan dana yang bersumber dari internal secara umum masih dirasakan minim. []

Pustaka Acuan

Buku/Majalah/Skripsi:

Aksari, Meity, *Pendayagunaan Dana CSR (Corporate Social Responsibility) BUMN melalui Program*

Pengentasan Kemiskinan DKI (PPKDKI) di Pulau Pari, Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.

Ambadar, Jackie, *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Praktik di Indonesia*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008.

Anonim, "Harmonisasi Agenda Pembangunan Pemerintah dan Swasta", dalam Majalah *Bisnis & CSR*, Edisi 23-29 Juli 2012.

Ardianto, Elvinaro, *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011.

Burke, Edmund M, "Corporate Community Relation", dalam Gary M.Gould dan Michael L Smith (eds), *Social Work in the workplace*, New York: Springer Publishing Co, t.t.

Carrol, Archie B., *Bussiness and Social: Ethics and Stakeholders Management*, Ohio: South Western College Publishing, 1996.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988.

Fajar, Mukti, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia: Studi tentang Penerapan Ketentuan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Multi Nasional, Swasta Nasional dan Badan Usaha Milik Negara*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

Firdaus, Ismet, *Pengalaman Alquran tentang Pemberdayaan Dhuafa*, Ciputat: Dakwah Press UIN Syarif Hidayatullah, 2008.

Fuady, Munir, *Perseroan Terbatas Paradigma Baru*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.

Hadi, Nor, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.

Mahfudh, Sahal, *Nuansa Fikih Sosial*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan LKiS, 1994.

Mas'udi, Farid F., *Agama Keadilan, Risalah Zakat (Pajak) dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1993.

Nursahid, Fajar, *Tanggung Jawab Sosial BUMN: Analisis terhadap Modal Kedermawanan Sosial PT Krakatau Steel, PT Pertamina dan PT Telekomunikasi Indonesia*, Depok: Primedia, 2006.

PPM UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, *Pedoman Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Dosen*, Jakarta: UIN Jakarta Press, 2013.

Rido, Ali, *Badan Hukum dan Kedudukan Badan Hukum, Perseroan, Perkumpulan, Koperasi, Yayasan, Wakaf*, Bandung: PT Alumni, 1986.

Ruditio, Bambang dkk, *Corporate Social Responsibility: Jawaban bagi Modal Pembangunan Indonesia Masa Kini*, Jakarta: ICSD, 2003.

Suharno, Edi, *Pekerja Sosial di Dunia Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial*, Bandung: Refika Aditama, 2007.

Sukirno, Sadono, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Prenada Media, 2004.

Sumaryadi, I Nyoman, *Perencanaan Pembangunan Daerah Otonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: Citra Utama, 2005.

Sumodiningrat, Gunawan, *Pembangunan Daerah dan Pengembangan Masyarakat*, Jakarta: Bina Reni Pawirna, 1997.

Susanto, A.B., *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: The Jakarta Consulting Group, 2007.

Untung, Hendirk Budi, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep dan Ampikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, 2007.

Yafie, Ali, *Wacana Baru Fikih Sosial*, Bandung: Mizan, 1997.

Website:

[Http://www.republika.co.id](http://www.republika.co.id), diunduh pada tanggal 20 Juli 2013.

[Http://www.beritabumi.or.id](http://www.beritabumi.or.id), diunduh pada tanggal 20 Juli 2013.

[Http://melbayawy.wordpress.com](http://melbayawy.wordpress.com), diunduh pada 20 Juli 2013.