

***PROPHETIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***  
**(Studi Integrasi Nilai-Nilai Profetik Dalam Program Corporate Social  
Responsibility oleh Waroeng Group)**



**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi sebagian Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Disusun Oleh:**

**Asad Izzuddin Zaki**

**NIM. 13250071**

**Pembimbing :**

**Noor Kamilah S.Ag.,M.Si.**

**NIP. 19740408 200604 2 002**

**PROGRAM STUDI ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2018**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor: B-1018 /Un.02/DD/PP.05.3/05/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PROPHETIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (STUDI INTEGRASI  
NILAI-NILAI PROFETIK DALAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
OLEH WAROENG GROUP)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Asad Izzuddin Zaki  
NIM/Jurusan : 13250071/IKS  
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 21 Mei 2018  
Nilai Munaqasyah : 90.6 (A -)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQASYAH**

Ketua Sidang/Penguji I,

**Noorkamilah, S.Ag, M.Si.**  
NIP 19740408 200604 2 002

Penguji II,

**Abidah Muflihah, S.Th.I, M.Si.**  
NIP 19770317 200604 2 001

Penguji III,

**Dr. H. Zainudin, M.Ag.**  
NIP 19660827 199903 1 001

Yogyakarta, 21 Mei 2018

Dekan,



**Dr. Hj. Nurjannah, M.Si**  
NIP 195600310 198703 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
 Jl Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856  
 Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
 Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Asad Izzuddin Zaki

NIM : 13250071

Judul Skripsi : Prophetic Corporate Social Responsibility oleh Waroeng Group  
 (Studi Integrasi Nilai-Nilai Profetik Dalam Program Corporate Social Responsibility oleh Waroeng Group)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Ilmu Kesejahteraan Sosial.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 30 April 2018

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKS

Pembimbing Skripsi

Andayani, S.IP., MSW

NIP.197210161999032008

NoorKamilah, S.Ag., M.Si.

NIP. 19740408 200604 2 002

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asad Izzuddin Zaki  
NIM : 13250071  
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul **PROPHETIC CORPORATE SOCIAL RESPOSIBILITY OLEH WAROENG GROUP** (Studi Integrasi Nilai-Nilai Profetik Dalam Program Corporate Social Responsibility oleh Waroeng Group) adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkan sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 30 april 2018

Yang Menyatakan.

STATE ISLAMIC UNIVER  
SUNAN KALIJAR  
YOGYAKARTA

  
Asad Izzuddin Zaki

NIM. 13250071



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Abi dan Umi yang telah senantiasa memberikan doa dan dukungan yang luar biasa selama proses kuliah hingga penyelesaian skripsi

Istri tercinta yang telah memberikan motivasi dan senantiasa mendoakan dalam proses penulisan skripsi ini

Calon anak saya yang diperkirakan lahir bulan agustus 2018 ini hadiah untuk kelahiran kamu

Keluarga besar Mardani Ali Sera yang sangat baik dan kompak dalam hal kebaikan

Serta Almamater, Prodi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Universitas Islam Negeri Sunan kalijaga Yogyakarta.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**MOTTO**

“do it and Allah will give you the best”

–Asad Izzuddin Zaki



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Dengan mengungkapkan penuh rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga karya skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini yakni sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Strata 1 (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada ;

1. Andayani, MSW., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Terimakasih atas segala bantuan yang diberikan sehingga proses penulisan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
2. Abidah Muflihati, S.Th.I, M.Si., Selaku Dosen Penasihat Akademik yang senantiasa menasihati, memberikan pengertian, kemudahan, dan kelancaran dari semester 1 hingga selesainya penyusunan skripsi.
3. Noor Kamila, S.Th.I, M.Si., selaku Dosen pembimbing skripsi, beribu-ribu terimakasih atas semangat dalam membimbing dalam penyelesaian karya skripsi ini.
4. Keluarga Besar Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Dosen Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, yang telah mendidik sepenuh hati.
5. Selaku pendiri/direktur, seluruh staff, serta narasumber penulis di Perusahaan Waroeng Group yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi.

6. Abi Mardani Ali Sera dan Umi Siti Oniah selaku orang tua tercinta yang telah mendukung dengan doa-doa dan pembiayaan selama proses perkuliahan hingga penulisan skripsi.
7. Istri saya tercinta Yufi Najiah dan Calon Anak saya yang diperkirakan lahir bulan Agustus 2018 terimakasih sudah mendukung dan selalu mendoakan saya.
8. Serta semua pihak yang membantu dalam proses penyelesaian karya skripsi hingga selesai dengan maksimal yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari akan ketidaksempurnaan dalam penulisan karya skripsi ini sehingga segala kritik, dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan dalam penulisan karya dikemudian hari yang lebih baik. Demikian kata pengantar dan ucapan terimakasih penulis kepada pihak-pihak yang terlibat, semoga karya skripsi ini menjadi bermanfaat kepada pembaca.

Yogyakarta, 30 April 2018

Penulis,

Asad Izzuddin Zaki

NIM. 13250071

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

**ASAD IZZUDDIN ZAKI, 13250071** dengan judul skripsi *Prophetic Corporate Social Responsibility* (Studi Integrasi Nilai-Nilai Profetik dalam Program *Corporate Social Responsibility* oleh Waroeng Group. Program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Februari 2018.

Penelitian skripsi ini fokus membahas tentang *Corporate Social Responsibility* dan Ilmu Sosial Profetik yang ada di Perusahaan Waroeng Group. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Suharto kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Sedangkan Ilmu Sosial Profetik adalah gagasan pemikiran dari tokoh Sastrawan, Sejarawan, dan Budayawan Indonesia yaitu Prof. Dr. Kuntowijoyo, gagasan tersebut mempunyai tiga nilai unsur yaitu Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi. Penelitian yang dilakukan ini didasari oleh adanya Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan cara yang unik dan tidak biasa, keunikan tersebut bisa dilihat dari program-program sosial yang mempunyai nilai-nilai *Prophetic* yang ada didalamnya. Perusahaan itu adalah Waroeng Group, sebuah Perusahaan kuliner besar yang sudah tersebar diberbagai kota besar di Indonesia. Karena keunikan Perusahaan menerapkan CSR bernilai Islami, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana *Corporate Social Responsibility* yang ada di perusahaan Waroeng Group.

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif atau penelitian lapangan yaitu data yang dijadikan rujukan adalah fakta-fakta yang ada dilapangan. Peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta mengambil subjek penelitian yaitu Owner dan Direktur Spiritual Company Perusahaan Waroeng Group dan objek penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Waroeng Group. Peneliti menggunakan teori *Corporate Social Responsibility*, *Prophetic* dan Integrasi-Interkonektif. Teknik analisa data yang dilakukan dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini yaitu *Prophetic Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan Waroeng Group meliputi 3 aspek yaitu aspek dalam Visi dan Misi perusaha, aspek dalam Menejemen perusahaan, dan aspek dalam program (CSR) perusahaan. Dari ke 3 aspek tersebut terdapat nilai profetik yang terkandung didalamnya yaitu nilai Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Ilmu Sosial Profetik dan Integrasi-Interkoneksi, Perusahaan Waroeng Group

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAKSI .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kajian Pustaka.....	8
E. Kerangka Teori.....	11
1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	11
2. Filosofi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13
3. Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	14
4. Kategori Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	16
5. Model <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	18
6. Ilmu Sosial Profetik .....	19
7. Paradigma Integrasi-Interkoneksi .....	23
F. Metode Penelitian.....	24
G. Sistematika Pembahasan .....	29

### **BAB II : GAMBARAN UMUM**

A. Letak Geografis .....	32
--------------------------	----

B. Sejarah Singkat.....	35
C. Visi, Misi dan Jargon .....	39
D. Bagan Struktur Organisasi Waroeng Group Yogyakarta.....	40
E. Bagan Struktur Spiritual Company Waroeng Group .....	42
F. Lambang Waroeng Group .....	43
G. Outlet Waroeng Group .....	44
H. Sarana dan Prasarana .....	45
I. Program Sosial Waroeng Group .....	46

**BAB III : *PROPHETIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
WAROENG GRUP**

A. <i>Corporate Social Responsibility</i> Waroeng Group.....	50
1. Filosofi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	51
2. Tujuan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	56
3. Kategori Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	57
4. Model <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	64
B. <i>Prophetic Corporate Social Responsibility</i> Waroeng Group.....	70
1. Unsur <i>Prophetic</i> dalam Visi dan Misi Perusahaan .....	73
2. Unsur <i>Prophetic</i> dalam Manajemen Perusahaan .....	75
3. Unsur <i>Prophetic</i> dalam Program CSR Perusahaan.....	77
a. Humanisasi .....	77
b. Liberasi .....	82
c. Transendensi.....	87
d. Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi .....	92

**BAB IV : PENUTUP**

1. Kesimpulan.....	101
2. Saran-saran.....	102
3. Kata penutup .....	103

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Daftar Riwayat Hidup
2. Dokumentasi



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Denah Lokasi Waroeng Group.....	33
Gambar 2.2 Masjid dan Dapoer Umum Waroeng group .....	34
Gambar 2.3 Tampak depan Kantor Waroeng Group .....	35
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Waroeng Group.....	41
Gambar 2.5 Bagan Struktur Waroeng Group.....	44
Gambar 2.6 Logo Waroeng Group .....	44
Gambar 3.1 Perusahaan Waroeng Group.....	54
Gambar 3.2 Aksi Sosial Untuk Lingkungan .....	56
Gambar 3.3 Sedekah Nasional .....	60
Gambar 3.4 Kampanye Aksi Bebas Asap Rokok .....	62
Gambar 3.5 Bantuan Terhadap Tetangga Outlet .....	64
Gambar 3.6 Bencana Alam .....	66
Gambar 3.7 Donor Darah Di Outlet Medan.....	68
Gambar 3.8 Makan Steak Bareng Anak Yatim.....	78
Gambar 3.9 Aksi Donor Darah Outlet Lampung.....	80
Gambar 3.10 Seminar Kewirausahaan.....	83
Gambar 3.11 Kejuaran Batminton .....	85
Gambar 3.12 Mengumrohkan Karyawan.....	88
Gambar 3.13 Logo Sedekah Nasional.....	91
Gambar 3.14 Desa Binaan Dakwah .....	95
Gambar 3.15 Bantuan Hewan Qurban .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Program Sosial Waroeng Group.....	47
Tabel 3.1 Program Sosial dan Unsur <i>Prophetic</i> .....	98



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah dua hal yang saling berkaitan terhadap kesejahteraan. Setiap perusahaan mempunyai tanggung jawab atas kesejahteraan lingkungan internal maupun eksternalnya. Perusahaan harus menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan dan juga masyarakat agar terjadi hubungan yang baik demi kelancaran perusahaan dimasa yang akan datang. Untuk mewujudkan hubungan yang baik antara lingkungan, perusahaan bisa melaksanakan tanggung jawab sosial bagi lingkungan disekitar perusahaan maupun didalam perusahaan. Dengan kata lain melaksanakan kegiatan CSR

Pelaksanaan CSR di Indonesia diatur oleh negara melalui Undang-Undang nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Pada pasal 74 ayat 1 berbunyi “perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”.<sup>1</sup> Dengan adanya undang-undang tersebut setiap perusahaan wajib menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan untuk kesejahteraan lingkungan .

---

<sup>1</sup> Lihat Undang-Undang nomor 74 Tahun 2007 ayat 1 tentang Perseroan Terbatas.

Besaran serapan dana CSR yang ada di Indonesia pada tahun 2015 kurang lebih sebesar 12 triliun seindonesia.<sup>2</sup> Namun ditahun yang sama juga Walikota Bandung Ridwan Kamil mengatakan serapan dana CSR pertahun di Indonesia kurang lebih mencapai 15 triliun.<sup>3</sup> Angka tersebut sangat besar sekali mengingat setiap tahun dana CSR akan terus bertambah. Ini menunjukkan betapa signifikannya dana CSR untuk membantu pemerintah dalam hal pembangunan dan kesejahteraan sosial. Sekali lagi yang peneliti tekankan bahwa bukan seberapa besar serapan dana CSR tetapi seberapa manfaat dana tersebut untuk mensejahterakan masyarakat.

Berbagai perusahaan telah melakukan aneka kegiatan terkait tanggung jawab sosial perusahaan ini. Seperti perusahaan MNC Group yang memfokuskan program CSR dibidang kesehatan. Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu Operasi Katarak, Bibir Sumbing, Hernia, Pengadaan Mata dan Kaki Palsu, dan Alat Bantu Pendengaran. Sudah hampir 700.000 orang terbantu oleh program yang sudah berjalan melalui yayasan jalinan kasih yang bekerja sama dengan lembaga sosial yang ada disetiap daerah.<sup>4</sup> MNC Group sudah membuktikan komitmennya dalam melakukan program sosial dibidang kesehatan terbukti sudah 10 tahun program itu berjalan dengan baik dan banyak manfaat yang dirasakan oleh masyarakat luas.

---

<sup>2</sup> Aan, Juli 2015, "*Rp 12 Triliun per Tahun, Dana CSR Belum Dikelola Baik*" BeritaOnline, <http://www.politikindonesia.com/index.php?k=politik&i=68981>, diakses pada 22 Oktober 2017 pukul 10.00 WIB.

<sup>3</sup> Aminudin, Maret 2015, "*Kata Ridwan Kamil Soal Dana CSR Yang Tidak Terserap*" Berita Online, <https://nasional.tempo.co/read/news/2015/03/09/058648463/kata-ridwan-kamil-soal-dana-csr-yang-tidak-terserap>, diakses pada 22 Oktober 2017 pukul 10.30 WIB.

<sup>4</sup> Toyib Abdullah, Juni 2016, "*MNC Group Bantu 700 Ribu Pasien*" <http://mnc.co.id/socialactivities/detail/id/37/mnc-group-bantu-kesehatan-700-ribu-pasien>, diakses pada 22 Oktober 2017 pukul 10.50 WIB.

Di bidang pendidikan MNC Group banyak membantu di sekolah-sekolah, seperti media literasi, dan bantuan prasarana sekolah. Kemudian di bidang agama terlibat juga kegiatan pembangunan masjid, gereja dan kegiatan lainnya termasuk untuk panti jompo. Didalam bidang infrastruktur MNC Group fokus untuk membangun jembatan yang menghubungkan dari desa satu kedesa yang lain.<sup>5</sup>

Ada juga perusahaan Pertamina yang memfokuskan program kedalam empat bagian yaitu pendidikan, kesehatan, lingkungan dan pengadaan kacamata. Dalam program pendidikan Pertamina memberikan beasiswa pendidikan terhadap masyarakat terpilih akan mendapatkan bantuan uang untuk biaya kuliah sebesar 5.000.000/semester dan bantuan biaya hidup 500.000/bulan. Pertamina adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang rutin memberikan beasiswa pendidikan setiap tahun kepada masyarakat luas. Di bidang lingkungan Salah satunya dengan menjalankan program pelestarian lingkungan hidup yang memberikan nilai tambah dan Penanaman mangrove di daerah pesisir. Pada tahun 2016, perseroan tercatat telah menanam 2.154.911 pohon mangrove di sejumlah wilayah Indonesia.<sup>6</sup>

Di sektor kesehatan ada operasi bibir sumbing, tercatat pada tahun 2010, Pertamina Sehati telah berhasil melaksanakan lebih dari 3,800 kegiatan yang tersebar di seluruh Indonesia yang berupa pelatihan kader-kader,

---

<sup>5</sup> Muniroh, April 2017, “MNC Grup raih penghargaan TOP CSR 2017” berita online, <http://mnc.co.id/contents/detail/id/314/mnc-group-achieved-top-csr-award-2017>, diakses pada 22 Oktober 2017 pukul 11.50 WIB.

<sup>6</sup> Pertamina, maret 2017, “Pertamina tumbuh bersama lingkungan” berita online, <http://pertamina.katadata.co.id/ekonografik/2017/03/01/pertamina-tumbuh-bersama-lingkungan>, diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 11.00 WIB.

program pengendalian berat badan, pelatihan ibu hamil, serta pengenalan mengenai asupan makanan sehat dan bernutrisi. Lewat kegiatan tersebut, Pertamina Sehati berhasil mencapai jumlah penerima manfaat sebesar lebih dari 63,000 orang.<sup>7</sup>

Program yang ke empat yaitu bantuan kesehatan mata dan pengadaan kacamata bagi siswa yang membutuhkan. Untuk tahun 2011 jumlah penerimanya adalah 20.000 siswa. Jumlah 20.000 ini didapat setelah tim Pertamina memeriksa lebih dari 144.651 siswa dari 501 sekolah di 33 kota Indonesia. Dari sini terlihat betapa pedulinya Pertamina terhadap masyarakat yang ada di Indonesia.

Selain itu ada juga PT Djarum yang memfokuskan program CSR dalam bidang pendidikan melalui program beasiswa plus yaitu memberikan bantuan dana bagi para mahasiswa di universitas negeri maupun swasta total sudah ada 9.855 mahasiswa yang mendapatkan beasiswa pendidikan.<sup>8</sup> Program CSR di bidang olahraga yaitu memberikan fasilitas kepada para atlet yang ada di Indonesia agar bisa berlatih dan memberikan prestasi bagi negara Indonesia serta membuat wadah bagi para masyarakat untuk mengasah keahlian dalam berolahraga dengan membuat lembaga pencarian bakat<sup>9</sup>.

Dari program sosial yang dilakukan oleh ketiga perusahaan besar diatas, rata-rata program yang dilakukan adalah di bidang pendidikan,

---

<sup>7</sup> Pertamina, “*pertamina dan kesehatan*” website Pertamina <http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/pertamina-dan-kesehatan/>, diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 11.00 WIB

<sup>8</sup> Djarum, “*djarum foundation bakti pada negeri*” website online, <http://www.djarumfoundation.org/>, diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 11.00 WIB

<sup>9</sup> Djarum, “*lahir dari dalam dan berkembang dengan lingkungan*” website online, <http://www.djarumfoundation.org/program/>, diakses pada 24 Oktober 2017 pukul 11.00 WIB

kesehatan, lingkungan, dan infrastruktur. Sangat jarang menemukan program-program yang menekankan pada unsur keagamaan . Hal ini juga dapat dilihat dari data kategori peraih CSR award pada tahun 2017, yakni bidang olahraga, kesehatan, pendidikan, bakti sosial, dan kategori komunitas mandiri.

#### **Perusahaan peraih CSR award tahun 2017<sup>10</sup>**

NO.	Kategori CSR	Perusahaan
1.	Bidang olahraga	1. Pupuk Kaltim
2.	Bidang kesehatan	1. Pupuk Kaltim 2. PT Mifa Bersaudara 3. PT Adora Indonesia 4. PT Bahari Cakrawala Sebuku
3.	Bidang pendidikan	1. PT Adora Indonesia 2. Pupuk Kaltim 3. PT Mifa Bersaudara
4.	Bidang bakti sosial	1. PT Adora Indonesia 2. Pupuk Kaltim
5.	Komunitas mandiri	1. PT Adora Indonesia 2. PT Bahari Cakrawala Sebuku 3. Pupuk Kaltim

Sumber : CSR Award Indonesia 2017

Dilihat dari kategori pemenang peraih CSR award pada tahun 2017 tersebut tidak ditemukan program CSR yang melakukan program sosial yang berlandaskan keagamaan dan spiritual dalam menjalankan kegiatan CSR. Ini menjadikan keunikan tersendiri bagi perusahaan yang menjalankan CSR atau program sosial yang mengandung unsur-unsur keagamaan.

Berbeda dengan umumnya perusahaan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan CSR, Waroeng Grup memiliki keunikan tersendiri. Perusahaan yang bergerak dibidang kuliner atau makanan ini memasukan unsur-unsur

---

<sup>10</sup> CSR Indonesia, februari 2017, “*inilah mereka penerima CSR Award 2017*” berita online, <http://csr-indonesia.com/2017/02/inilah-mereka-penerima-csr-indonesia-award-2017/> diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 11.00 WIB

kenabian dan keagamaan dalam menjalankan setiap program sosial perusahaannya.

Diantara kegiatan CSR Waroeng Grup yaitu makan steak bareng anak yatim, Hari Sedekah Nasional, Tabligh Akbar, Pemakmuran Masjid, Mendukung hari bebas rokok, serta memberkan Haji atau Umroh gratis bagi karyawan yang berhasil menghafal surat Al Qur'an yang sudah ditentukan perusahaan. Selain itu perusahaan juga menyumbangkan sebagian keuntungan usaha itu dipakai untuk mendanai Rumah Tahfidz, pesantren menghafal Al Qur'an dengan santri hampir 2.000 orang dan mendanai tujuh Rumah Tahfidz. Dilihat dari corak kegiatan CSR yang dilakukan oleh Wareong Grup, nampak ada upaya untuk mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam kegiatan-kegiatan CSR nya. Hal inilah yang menjadi ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang CSR yang ada di Waroeng Grup dengan judul *prophetic corporate social responsibility*.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana *prophetic corporate social responsibility* yang dilakukan oleh Waroeng Grup?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas dalam penelitian ini akan terfokus pada tujuan dan manfaat penelitian berikut :

## 1. Tujuan Penelitian

Mengetahui profetik Corporate Social Responsibility yang dilakukan oleh Waroeng Grup karena ini adalah kasus yang belum banyak terjadi didalam *corporate social responsibility*.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Teoritis

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan di bidang kesejahteraan sosial yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* dan memberikan kasus unik di bidang CSR.

Bagi akademisi, bisa memunculkan kasu-kasu baru yang unik dan menarik diangkat untuk dijadikan sebuah penelitian yang baru dan relevan dengan zaman saat ini khususnya jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial.

### b. Praktis

Hasil penelitian ini adalah syarat wajib bagi peniliti untuk menyelesaikan tugas akhir agar bisa lulus dari universitas agar bisa melanjutkan kejenjang yang lebih tinggi lagi, peniliti juga mendapatkan pengalam dan ilmu yang baru tentang Corporate Social Responsibility, karena peniliti mempunyai bisnis dan ingin bercita-cita menjadi orang yang bisa berguna, semoga dengan penelitian ini peniliti bisa terpacu untuk memajukan bisnis agar bisa berguna bagi bangsa dan dunia.

#### D. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini ada beberapa karya ilmiah yang sudah terlebih dahulu terkait *corporate social responsibility* oleh *waroeng grup*, berikut kajian pustaka yang terkait :

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Rofiqotul Jannah dengan judul Nilai-nilai Islam dalam Budaya Organisasi di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut berisi tentang bagaimana cara Waroeng Grup sebagai perusahaan yang unik yaitu jenis perusahaan *spiritual company*, perusahaan yang dilandasi oleh Al Qur'an dan sunnah, maka dari itu perusahaan menciptakan budaya didalam perusahaan dengan nilai-nilai keislaman kepada seluruh karyawan dan juga staff-staf yang ada di perusahaan tersebut agar menjalankan nilai-nilai keislaman dalam menjalankan organisasi di waroeng grup agar tercipta suasana kerja yang kondusif serta pengaruh positif pada sikap dan perilaku karyawan, dan karyawan mempunyai kepuasan kerja dan loyalitas tinggi untuk terus bekerja.<sup>11</sup>

Penelitian ini lebih memfokuskan dalam bidang nilai-nilai islam dalam berorganisasi di waroeng grup, pihak perusahaan menyelipkan nilai-nilai islam dalam menjalankan perusahaan tersebut agar para pelanggan dan karyawan bisa mengenal nilai-nilai islam .

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Nasrullah dengan judul *Corporate sosial responsibility (CSR)* sebagai zakat perusahaan. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa kewajiban perusahaan dalam membayar dana anggaran CSR, membayar pajak serta zakat, sehingga perusahaan

---

<sup>11</sup> Rofiqotul Jannah, "Nilai-Nilai Islam dalam Budaya Organisasi di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta". **Skripsi**. Diterbitkan Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2014.

mendapatkan tiga beban (triple burden) dalam menjalankan kegiatan usahanya sebagai badan hukum. Peneliti akan mengkaji tentang masalah tersebut dapatkah menghilangkan salah satu dari masalah tersebut agar beban perusahaan sedikit berkurang, pokok permasalahannya adalah apakah CSR dapat menggantikan zakat perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, ditemukan jawaban bahwa CSR tidak bisa menggantikan zakat perusahaan, alasan pertama adalah karena perbedaan karakteristik bagi penerimanya, sehingga apabila menggantikan zakat tidak dapat terwujud tujuan dari zakat yaitu untuk membangun tatanan sosial ekonomi bagi umat muslim yang secara langsung berhubungan dengan Allah SWT dan sesama manusia.<sup>12</sup>

Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis terletak pada fokus masalah dipenelitian ini memfokuskan masalah bagaimana CSR bisa menggantikan zakat sedangkan fokus penulis adalah program Profetik *Corporate Social Responsibility*.

Ketiga, skripsi yang ditulis oleh Bakhrul hadi dengan judul Pemikiran Kuntowijoyo tentang ilmu sosial profetik. Dalam penelitian tersebut menyimpulkan, sejak kelahiran ilmu sosial berkembang dalam tradisi positivistik. Positivisme memandang fenomena sosial kemasyarakatan sebagaimana gejala alam yang bersifat tetap dan bebas-nilai. ilmu pengetahuan dianggap valid sejauh didasarkan pada observasi empirik. Berangkat dari dasar pijakan ini peradaban modern kemudian melemparkan metafisika dan wahyu dari ranah ilmu pengetahuan. Dalam kenyataannya,

---

<sup>12</sup> Nasrullah, “*Corporate sosial responsibility (CSR) sebagai zakat perusahaan*”. Skripsi diterbitkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum 2013.

ilmu sosial tidak dapat membuktikan klaim-klaim positivisnya. Klaim bebas nilai ternyata tak lebih dari sebetuk hipokrasi intelektual. Produk-produk ilmu teoritis sosial ternyata seringkali didasarkan pada pstulat-postulat metafisik dan transcendental.

Berangkat dari penolakan terhadap klaim-klaim positivistis, Kuntowijoyo mengagas ISP, ISP tidak hanya menolak klaim bebas-nilai dalam positivisme, tapi juga harus mengharuskan ilmu sosial untuk secara sadar memiliki pijakan nilai sebagai tujuannya. ISP tidak hanya berhenti pada usaha menjelaskan dan memahami realitas apa adanya, tapi lebih dari itu, mentransformasikannya menuju cita-cita yang diidamkan masyarakat. ISP kemudian merumuskan tiga pijakan dasar sebagai unsur-unsur konstruksi metodologisnya sekaligus paradigmatisnya, yaitu humanisasi, liberasi, transendensi. ketiganya diderivikasikan dari ayat-ayat normatif al-Qur'an yang telah diobjektifkan dalam ranah ilmu sosial.

Penelitian ini mengkaji dua persoalan penting. 1) bagaimana pemikiran Kuntowijoyo tentang problem keislaman di Indonesia? 2) bagaimana konstruksi metodologis Ilmu Sosial Profektik (ISP)? Sebagai penelitian pustaka, kajian ini mengandalkan bahan-bahan pustaka sebagai sumber analisisnya, baik karya-karya Kuntowijoyo sendiri, karya tentang pemikiran dan ide Kuntowijoyo, maupun sumber-sumber terkait sejauh memiliki relevansi dengan topik kajian ini dengan menggunakan metode analisis deskriptif-interpretatif.

Melalui humanisasi dan liberasi, ISP paralel dengan teori kritik sosial mazhab *Frankfurt*. Yang mempromosikan ISP terlihat unik sekaligus

problematis adalah unsur transendensinya. Dengan transendensi ISP hendak menjadikan nilai-nilai transendental ketuhanan sebagai bagian sah dari ilmu sosial. Karena itu ISP menempatkan agama dalam posisi sentral dalam proses membangun peradaban. Dikatakan problematis karena ilmu sosial selama ini terlanjur mencampakkan agama dari wilayah ilmu, sehingga ide ini tak jarang dicurigai akan menyebabkan dogmatisme dalam ilmu sosial.<sup>13</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang adalah penelitian ini lebih memfokuskan pada ilmu sosial profetik yang dikemukakan oleh Kuntowijoyo sedangkan penulis mengambil teori Ilmu Sosial Profetik untuk menganalisa sebuah kasus yaitu tentang *corporate social responsibility* dan program sosial sebuah perusahaan.

Dari ketiga penelitian tersebut penelitian ini lebih memfokuskan pada program *corporate social responsibility* perusahaan yang memiliki nilai-nilai Islami disetiap program CSR tersebut akan dikaitkan dengan ilmu sosial profetik dan mencoba untuk menganalisa kasus dengan teori ilmu sosial profetik.

## E. Kerangka Teori

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

Tanggung Jawab Perusahaan atau yang biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Suharto kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara

---

<sup>13</sup> Bakhrul hadi, "Pemikiran Kuntowijoyo Tentang Ilmu Sosial Profetik yogyakarta", **Skripsi**. Diterbitkan oleh Fakultas Ushuludin 2006

berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan professional.<sup>14</sup> Dalam konsep pembangunan manusia (*people*) di atas Suharto tidak hanya melihat kesejahteraan diranah ekonomi masyarakat (seperti pemberian modal usaha, pelatihan keterampilan kerja) tetapi juga diranah kesejahteraan sosial (seperti pemberian jaminan sosial, penguatan aksesibilitas masyarakat terhadap pelayanan kesehatan dan pendidikan, penguatan kapasitas lembaga-lembaga sosial dan kearifan lokal).

Konsep tanggung jawab sosial ini tidak jauh berbeda dengan konsep tanggung jawab pada umumnya. Menurut Edi Suharto mengutip Busyra teori tanggung jawab lebih menekankan pada makna tanggung jawab yang lahir dari perundang-undangan, sehingga teori tanggung jawab lebih dimaknai dalam arti *liability*. Sedangkan teori tanggung jawab sosial (*social responsibility theory*) lebih menekankan tanggung jawab dalam makna *responsibility*, dimana keadaan yang dipertanggungjawabkan itu membutuhkan campur tangan negara.

Selain itu menurut Schermerhorn yang dikutip oleh Edi Suharto memberikan definisi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal. Secara konseptual, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial

---

<sup>14</sup> Edi Suharto, “*Pekerja Sosial Di Dunia Industri Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*”, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm 107.

dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan<sup>15</sup>

Organisasi CSR Asia juga ikut mendefinisikan yaitu : komitmen perusahaan untuk beroperasi secara berkelanjutan berdasarkan prinsip ekonomi, sosial, dan lingkungan, seraya menyeimbangkan beragam kepentingan para *stakeholders*.<sup>16</sup>

## 2. Filosofi CSR

Pengertian dan Undang-Undang mengenai CSR diatas mengartikan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan untuk membantu negara dalam meminimalisir kemiskinan, memperbaiki kerusakan lingkungan, dan mematuhi hukum yang ada di negara tersebut serta membentuk *image* perusahaan yang sehat dalam rangka memperoleh kepercayaan masyarakat untuk perolehan profit (keuntungan) yang lebih besar.

Merujuk kepada pengertian tersebut, maka filosofi CSR menurut Carrol adalah *profit* (keuntungan), *people* (kesejahteraan manusia), dan *planet* (lingkungan hidup). Tiga prinsip dasar tersebut lebih dikenal

---

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 102-103

<sup>16</sup> Edi Suharto, “*Pekerja Sosial Di Dunia Industri Memperkuat CSR (Coorporate Social Responsibility)*”, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 104.

dengan istilah *triple bottom line*.<sup>17</sup> Menurut Carrol filosofi CSR tersebut memuat hal-hal sebagai berikut:<sup>18</sup>

1) Tanggung jawab ekonomi

Tanggung jawab sosial yang utama dalam perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi, karena lembaga bisnis terdiri dari kegiatan ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan.

2) Tanggung jawab hukum

Masyarakat mengharapkan bisnis dijalankan oleh perusahaan yang ada di lingkungan mereka menaati hukum yang berlaku. Pada hakikatnya hukum tersebut dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3) Tanggung jawab etika

Masyarakat mengharapkan perusahaan bisa menjalankan bisnis secara etis.

4) Tanggung jawab manfaat perusahaan

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

### 3. Tujuan CSR

Dalam menerapkan CSR ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, diantaranya adalah :<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Edi Suhatro, *Pekerja Sosial di Dunia Industri*, hlm. 105.

<sup>18</sup> Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility, Transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*, (Bandung: Refika aditama, 2009), hlm. 14-15.

<sup>19</sup> Busyra Azheri, *Coporate Social Responsibility: dari voluntary menjadi mandatory*, (Jakarta: Raja grafindo perkasa, 2012), hlm.50.

- 1) Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi , sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan.
- 2) Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di negara tempat perusahaan melakukan kegiatan produksi.
- 3) Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerja sama yang erat dengan komunitas lokal. Termasuk kepentingan bisnis. Selain mengembangkan kegiatan perusahaan dipasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan.
- 4) Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan perusahaan.
- 5) Mencegah diri perusahaan untuk tidak mencari atau menerima pembebasan diluar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, pemburuhan, perpajakan, intensif finansial dan isu-isu lainnya.
- 6) Mendorong dan mengimplementasikan prinsip-prinsip *good corporate govermance* (GCG) serta menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang sehat.
- 7) Mengembangkan dan mengimplementasikan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri perusahaan sendiri (*self-regulation*)

secara efektif untuk menumbuhkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat setempat dimana perusahaan beroperasi.

- 8) Memperluas mitra bisnis, termasuk para pemasok dan subkontraktor, untuk mengimplementasikan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
- 9) Mendorong kesadaran pekerja perusahaan yang sejalan dengan kebijakan perusahaan tersebut melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melakukan program-program pelatihan kepada para pekerja.

#### **4. Kategori Aktifitas CSR**

Menurut Kotler dan Lee sebagaimana dikutip oleh Dwi Kartini menyebutkan enam kategori aktivitas CSR, yaitu: promosi kegiatan sosial, pemasaran terkait kegiatan sosial, pemasaran kemasyarakatan korporat, kegiatan filantropi perusahaan, pekerja sosial kemasyarakatan secara sukarela dan praktika bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial<sup>20</sup>.

##### **1) Promosi kegiatan sosial**

Dalam model CSR ini, perusahaan menyediakan dana atau sumber daya lainnya yang dimiliki oleh perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap suatu kegiatan sosial atau mendukung pengumpulan danan untuk kegiatan sosial, partisipasi dari masyarakat atau perekrutan tenaga sukarela untuk suatu kegiatan tertentu.

---

<sup>20</sup> Dwi Kartini, *Corporate Social Responsibility, Transformasi konsep sustainability management dan implementasi di Indonesia*, hlm.63-67.

Contohnya, Surya Citra Televisi (SCTV) membentuk program CSR dengan nama “pundi amal SCTV”, dana yang dihasilkan dalam kegiatan tersebut digunakan untuk membantu masyarakat miskin melalui pelaksanaan program beasiswa dan pengobatan gratis.

## 2) Pemasaran terkait kegiatan kegiatan sosial.

Dalam model CSR ini, perusahaan memiliki komitmen menyumbangkan prosentasi tertentu dari penghasilannya untuk suatu kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk perusahaan. Contohnya, Aqua membuat program CSR “1 untuk 10” dimana untuk setiap liter air mineral Aqua kemasan tertentu yang terjual maka perusahaan akan menyediakan sepuluh liter air bersih bagi warga masyarakat di Nusa Tenggara. Contoh lainnya, perusahaan BUMN menyisihkan sejumlah laba tertentu yang digunakan untuk kegiatan program kemitraan bina lingkungan.

## 3) Pemasaran kemasyarakatan korporate

Dalam model CSR ini, perusahaan mengembangkan dan melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan meningkatkan kesehatan dan keselamatan masyarakat, menjaga kelestarian lingkungan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Contohnya, program CSR, “5 A Day” yang diluncurkan oleh *National Institute* bermitra dengan perusahaan *Dole Company Food*. Program tersebut bertujuan untuk mendorong anak-anak serta keluarganya mengkonsumsi 5-9 sajian buah dan sayuran setiap harinya, program ini telah memperoleh sambutan yang baik sekali dari distributor sayuran,

toko-toko eceran, penghasil sayuran dan buah-buahan serta organisasi perdagangan.

#### 4) Kegiatan filantropi perusahaan

Dalam model CSR ini, perusahaan memberikan sumbangan langsung dalam bentuk materi untuk kalangan masyarakat tertentu. Program ini bersifat *Charity*. Contohnya PT. Telkom Drive 111 melaksanakan kegiatan filantropi perusahaan dalam bentuk pemberian paket sembako menjelang hari raya idul fitri tahun 2007

### 5. Model Corporate Social Responsibility

Dalam penelitian ini model *corporate social responsibility* yang dikemukakan oleh Said dan Abidin di dalam buku Edi Suharto, model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia sebagai berikut:

- a. Keterlibatan secara langsung. Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
- b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan. Perusahaan mendirikan yayasan sendiri dibawah yayasan atau grupnya. Dalam model ini perusahaan menjadi funding tetap dalam upaya menyalurkan CSR ke lembaga sosial yang dibentuk.
- c. bermitra dengan pihak lain. Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan dengan lembaga/organisasi sosial non-pemerintah (ORNOP), instansi Pemerintah, Univeritas atau media

massa baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

d. mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.<sup>21</sup> Melihat pola-pola *corporate social responsibility* tersebut setiap perusahaan memiliki karakteristik pola dalam pengelolaan CSR secara produktif dan berkelanjutan. Dari teori yang sudah dipaparkan diatas ada teori yang tepat untuk menerangkan kasus dalam skripsi ini dan akan dipaparkan dibawah ini.

## 6. Ilmu Sosial Profetik

Ilmu Sosial Profetik atau biasa disingkat ISP adalah salah satu gagasan penting Kuntowijoyo. Baginya, ilmu sosial tidak boleh berpuas diri dalam usaha untuk menjelaskan atau memahami realitas dan kemudian memaafkannya begitu saja tetapi lebih dari itu, dalam pengertian ini maka ilmu sosial profetik secara sengaja memuat kandungan nilai dari perubahan dari cita-cita perubahan yang diidamkan masyarakatnya.<sup>22</sup> Ia kemudian merumuskan tiga nilai dasar sebagai pijakan ilmu sosial profetik, yaitu: humanisasi, liberasi dan transendensi. Ide ini kini mulai banyak dikaji. Di bidang sosiologi misalnya muncul gagasan Sosiologi Profetik yang dimaksudkan sebagai sosiologi berparadigma ISP.

---

<sup>21</sup> Zaim Saidi dan Hamid Abidin, “*Menjadi Bangsa Permurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial Di Indonesia*”,(jakarta:piramedia,2004) hlm. 64-65.

<sup>22</sup> Kuntowijoyo “ *Paradigma Islam Interpretasi untuk aksi*” (Jakarta: Penerbit Mizan,1993), hlm 483

Ketiga nilai dasar itu adalah suatu cita-cita profetik yang diderivasikan dari misi historis islam sebagaimana terkandung dalam ayat 110, surah ali imran : engkau adalah umat terbaik yang diturunkan di tengah manusia untuk menegakkan kebaikan, mencegah kemungkaran (kejahatan), dan beriman kepada Allah. Tiga muatan nilai inilah yang mengkarakterisasikan ilmu sosial profetik. dengan kandungan nilai humanisasi,liberasi, dan transendensi, ilmu sosial profetik diarahkan untuk rekayasa masyarakat menuju cita-cita sosioetik pada masa depan.<sup>23</sup> penulis akan menjabarkan arti dan tujuan tiga pilar dasar tersebut yaitu :

a. Humanisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau (KBBI) Humanisasi adalah penumbuhan rasa kemanusiaan, tujuannya adalah memanusiakan manusia. kita tahu bahwa kita sekarang mengalami proses dehumanisasi karena masyarakat industrial kita menjadikan kita sebagai bagian dari masyarakat abstrak tanpa wajah kemanusiaan.kita mengalami objektivikasi ketika berada di tengah-tengah mesin-mesin politik dan mesin-mesin pasar.ilmu dan teknologi juga telah membantu kecendrungan reduksionistik yang melihat manusia dengan cara parsial

b. Liberasi

Menurut buku Paradigma Islam Interpretasi untuk Aksi tujuan liberasi adalah pembebasan bangsa dari kekejaman kemiskinan, keangkuhan teknologi, dan pemerasan kelimpahan.

---

<sup>23</sup> Kuntowijoyo “ *Paradigma Islam Interpretasi untuk aksi*”(Jakarta: Penerbit Mizan,1993 ), hlm 483.

Kita menyatu rasa dengan mereka yang miskin, mereka yang terperangkap dalam kesadaran teknokratis dan mereka yang tergusur oleh kekuatan ekonomi rasaksa.<sup>24</sup>

Ilmu sosial profetik mencari sandaran semangat liberatifnya pada nilai-nilai profetik transendental dari agama yang telah di transformasikan menjadi ilmu yang objektif dan faktual. Bidikan liberasi ada pada realitas empiris, sehingga liberasi lebih sangat peka dengan persoalan penindasan atau dominasi struktur. Fenomena kemiskinan yang lahir dari ketimpangan ekonomi adalah bagian penting dari proyek liberasi. Kuntowijoyo menggariskan empat sasaran liberasi, yaitu sistem pengetahuan, sistem sosial, sistem ekonomi, dan sistem politik yang membelenggu manusia sehingga tidak dapat mengaktualisasi dirinya sebagai manusia yang merdeka dan mulia.

c. Transendensi

Tujuan transendensi adalah menambahkan dimensi transendental dalam kebudayaan. Kita sudah banyak menyerah kepada arus hedonisme, materialisme, dan budaya yang dekaden. Kita percaya bahwa sesuatu harus dilakukan, yaitu membersihkan diri dengan mengingatkan kembali dimensi transendental yang menjadi bagian sah dari fitrah kemanusiaan. Kita ingin merasakan kembali dunia ini sebagai rahmat Tuhan. Kita ingin hidup kembali

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm 484.

dalam suasana yang lepas dari ruang dan waktu, ketika kita bersentuhan dengan kebesaran tuhan<sup>25</sup>.

Didalam buku yang berjudul *corporate social responsibility* kunci meraih kemuliaan bisnis ada kutipan yang diambil dalam salah satu hadis yang berbunyi memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap haji menginfakkan ratusan ribu dirham atau dinar.<sup>26</sup> Allah sudah menegaskan dalam surat al humazah tentang janganlah kita mencari uang semata-mata untuk mmenimbun uang tersebut lalu kita bangga akan banyaknya uang atau harta yang kita miliki.



---

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm 484.

<sup>26</sup> Miftahul Huda dan Joko Prastowo “*Corporate social responsibility meraih kemuliaan bisnis*”, (Yogyakarta: SAMUDRA BIRU,2011), hml 70.

## 7. Paradigma Integrasi-Interkoneksi

Integrasi-interkoneksi merupakan upaya mempertemukan antara ilmu-ilmu agama (islam) dan ilmu-ilmu umum (sains-teknologi dan sosial-humaniora).<sup>27</sup> Selanjutnya mengkaji satu bidang keilmuan dengan memanfaatkan bidang keilmuan lainnya itulah integrasi dan melihat kesaling-terkaitan antar berbagai bidang disiplin ilmu itulah interkoneksi.<sup>28</sup>

Integrasi yang dimaksud adalah upaya mempertemukan cara pandang, cara berfikir dan bertindak (ontologis, epistemologi dan aksiologi) barat dengan islam.<sup>29</sup> Dari banyaknya pengertian tersebut memang masing-masing penulis belum sampai memberikan gambaran yang cukup jelas bagaimana model penelitian integrasi-interkoneksi tersebut.<sup>30</sup>

Beberapa contoh dibawah ini akan memberi gambaran mengenai ilmu yang bercorak integralistik bersama prototip sosok ilmuan integratif yang dihasilkan. Contoh dapat diambil dari ilmu ekonomi syariah, yang sudah nyata ada praktiknya penyatuan antara wahyu tuhan dan temuan pikiran manusia. Ada BMI (Bank Muamalat), Bank BNI Syariah, usaha-usaha agribisnis, transportasi, kelautan dan sebagainya.<sup>31</sup>

---

<sup>27</sup> Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2004.

<sup>28</sup> Prof. Dr. H.M. Amin Abdullah, dkk “*ISLAMIC STUDIES Dalam Paradigma Integrasi-Interkoneksi (Sebuah Antologi)*” (Yogyakarta: SUKA Press, 2006) hal 20

<sup>29</sup> M Lutfi Mustofa, Helmi Syarifudin “*Intelektualisme Islam : Melacak Akar-Akar Integrasi Ilmu dan Agama*”, (Malang: Lembaga Kajian al-Qur’an dan sains (LKQS) UIN Malang, 2006) hal 7

<sup>30</sup> Radjasa Mu’tasim “*Model-Model Penelitian Dalam Studi Keislaman Berbasis Integrasi-Interkoneksi*”, (Yogyakarta :Lembaga Penelitian Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006), hal viii.

<sup>31</sup> Prof. Dr. M. Amin Abduillah “*Islamic Studies di Perguruan Tinggi pendekatan Integratif-Interkonektif*” hlm 105.

Dalam hal ini peneliti akan mengkontekstualisasikan tema penelitian yaitu CSR atau yang biasa dikenal tanggung jawab sosial perusahaan yang akan di intergrasikan dengan ilmu sosial profetik. Perusahaan mengimplementasikan program CSR dengan nilai-nilai kenabian atau yang biasa disebut profetik. Seperti contoh prgogram bernilai profetik yaitu pemakmuran masjid, menyumbang sebagian keuntungan untuk mendanai sebuah pesantren, dan meng umrohkan karyawan yang bisa menghafal ayat al-quran yang sudah ditentukan.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah pelaku, dan objek penelitian adalah unit analisis yang diteliti dan memungkinkan untuk diteliti.<sup>32</sup> Subjek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti seperti; Ketua bidang waroeng grup peduli, Owner waroeng grup dan Masyarakat . Sedangkan objeknya adalah program sosial profetik yang bernilai islam. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara memilih sampel berdasarkan pertimbangan orang-orang yang berpengalaman dan sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup>Moh. Soehanda, “*Metodologi Penelitian Agama Kualitatif* “(Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2008), hlm. 81.

<sup>33</sup>Lexy J. Moeleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007) hlm. 6.

## 2. Jenis Penelitian

Jenis dalam penelitian menggunakan kualitatif dengan narasi deskripsi, penelitian kualitatif adalah upaya untuk menyajikan dunia sosial, dan perspektif-nya di dalam dunia, dari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persolan tentang manusia yang diteliti.<sup>34</sup> Proses penyajian data dengan analisis deskriptif dimaksudkan mampu memperoleh fakta di lapangan yang lebih detail.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi (pengamatan), Proses mengamati guna mendapatkan data, informasi, serta gejala-gejala di lapangan yang kita butuhkan.<sup>35</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap objek dan data-data yang ada di lokasi penelitian. Observasi ini digunakan untuk mengetahui keadaan di lokasi secara langsung perusahaan Waroeng Grup dan CSR yang terdapat di perusahaan tersebut.

### b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara terstruktur dengan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah yang akan diteliti sebelum pelaksanaan wawancara secara lengkap dan terinci. Penelitian menggunakan teknik wawancara

---

<sup>34</sup> Jane Richie, dalam Lexi J. Moleong, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, cet. Ketigapuluh, Maret 2012), hlm. 6.

<sup>35</sup> Sugiono, "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif R&D*", (Bandung : Alfabeta, 2009) .hlm.203.

terstruktur dengan menentukan jumlah informan yang mampu merepresentasikan informasi yang akan diinginkan<sup>36</sup>.

Tabel 03 : Daftar Informan

No.	Informan	Informasi yang dicari
1.	Owner Waroeng Grup	Latar belakang memilih CSR bernilai profetik dan program CSR waroeng Grup
2.	Direktur Spiritual Company	
3.	Staff Spiritual Company	
4.	Manager outlet Waroeng Steak	Pengaruh Program CSR terhadap masyarakat
5.	Karyawan Waroeng Steak	CSR Waroeng Group
6.	Mahasiswa	Program Seminar CSR
7.	Ketua RT	Program CSR
8.	Ibu-Ibu Pengajian	Program CSR

Tujuan dilakukan pengumpulan data melalui informan-informan yang tepat yaitu kepada Owner Waroeng grup selaku orang yang mempunyai Waroeng Grup Owner Waroeng Grup, selanjutnya adalah Direktur Spiritual Company yang mengurus tentang Corporate Social Responsibility di Wareong Grup dan yang terakhir adalah Staf Spiritual Company yaitu bentuk dari program Profetik CSR Waroeng Grup.

Selanjutnya, peneliti akan melakukan studi masyarakat yang sudah merasakan Program-Program CSR atau tanggung jawab sosial

<sup>36</sup>Lexi J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, cet. Ketigapuluh, Maret 2012), hlm. 288-289

yang telah dijalankan oleh Waroeng Grup untuk Masyarakat yang ada di Jogjakarta.

c. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya merupakan setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa dan berguna bagi sumber data, bukti, informasi, kealiamahan yang sukar diperoleh, sukar ditemukan dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas telaah pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.<sup>37</sup>

Dokumen ini digunakan untuk mencari data-data yang bersangkutan. Dokumentasi yang digunakan oleh peneliti di Waroeng Group yaitu berupa foto program CSR, profil Waroeng Group, foto-foto di *facebook* dan Instagram.

4. Teknik Analisis Data

Analisis yang peneliti gunakan pada penelitian kualitatif ini yaitu dengan cara data yang telah dihimpun dari lapangan selanjutnya disusun secara sistematis, diinterpretasikan dan di analisis sehingga dapat menjelaskan pengertian dan pemahaman tentang hal-hal yang penting dan hal-hal yang dipelajari terkait fenomena yang diteliti.<sup>38</sup>

Penerapan teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan reduksi, display dan verifikasi, dengan penjelasan sebagai berikut:

---

<sup>37</sup> Yaya Suryana dan Tedi Priyatna, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Azkia Pustaka Utama, 2007.hlm 208.

<sup>38</sup> Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta:Ar-Ruz Media,2012, hlm 247.

a. Reduksi data

Mereduksi data proses memilih dan menyederhanakan hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dan transformasi data kasar dari catatan tertulis lapangan. Data yang didapat dari lapangan yang akan direduksi ini akan dipilih dimana yang dianggap penting oleh peneliti agar penyusunan datanya lebih mudah dan urut.<sup>39</sup>

b. Display (Penyajian Data)

Display yaitu mensistematikan data secara jelas untuk membantu peneliti dalam menguasai data yang di peroleh. Dalam hal ini peneliti menyesuaikan data-data yang didapat selama melakukan penelitian baik dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, teks naratif. Tujuannya agar peneliti dapat menguasai dan memahami data yang diperoleh dengan baik.<sup>40</sup>

c. Verifikasi (Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan merupakan kesimpulan dari apa yang telah diteliti dari awal hingga akhir. Pada tahap ini peneliti akan merumuskan data temuan di lapangan yang sudah tersusun dalam satu bentuk penyajian data yang telah dianalisis berdasarkan teori, sehingga peneliti dapat memahami dan melihat apa yang ditelitinya

---

<sup>39</sup> Boy S. Sabarguna, MARS, *Analisis Data Pada Penelitian Kualitatif*, Jakarta: UI-Press, 2008, hlm 41.

<sup>40</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm 334.

dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai obyek penelitian yang mudah dipahami.<sup>41</sup>

#### 5. Metode Keabsahan Data

Pada penelitian ini peneliti untuk mengukur keabsahan data menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.<sup>42</sup> Untuk itu peneliti akan melakukan triangulasi dengan cara melakukan tinjauan terhadap hasil wawancara dengan hasil studi dokumen. Selain itu, peneliti akan membandingkan hasil wawancara dari berbagai subyek dengan narasumber yang menjadi informan penulis.

#### G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan di dalam penyusunan skripsi ini dibagi kedalam tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman surat pernyataan, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstraksi, daftar isi, daftar tabel dan daftar lampiran. Bagian tengah berisi uraian penelitian mulai dari bagian pendahuluan sampai bagian penutup yang tertuang dalam bentuk bab-bab sebagai satu kesatuan.

Pada skripsi ini penulis menuangkan hasil penelitian dalam empat bab. Pada bab terdapat sub-sub bab yang menjelaskan pokok bahasan dari bab yang bersangkutan. Bab I berisi gambaran umum penulisan skripsi

---

<sup>41</sup> *Ibid*, hlm 334.

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm 156.

yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II berisi gambaran umum mengenai Waroeng Grup meliputi sejarah berdirinya, letak geografis, visi dan misi dan divisi yang mengurus Corporate Social Responsibility yaitu Waroeng Peduli serta program sosial Waroeng Grup .

Bab III berisi tentang laporan penelitian atau penyajian data hasil temuan di lapangan meliputi; masyarakat yang telah dibantu melalui program-program tanggung jawab sosial perusahaan Waroeng Grup, pendapat masyarakat tentang CSR waroeng Grup, teknis dalam menjalankan Corporate Social Responsibility dan Semua yang berkaitan dengan CSR dan Juga Waroeng Grup.

Adapun bagian terakhir dari bagian inti adalah bab IV. Pada bagian ini disebut penutup yang memuat kesimpulan, saran-saran, dan kalimat penutup. Bagian akhir dari skripsi ini terdiri dari daftar pustaka dan berbagai lampiran-lampiran yang terkait dengan penelitian yang akan ditulis peneliti.

## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penjabaran dari bab III tentang Prophetic Corporate Sosial Responsibility (Studi kasus Corporate Sosial Responsibility Oleh Waroeng Group) dapat diambil kesimpulan oleh peneliti bahwa Perusahaan Waroeng Group sudah menjalankan *Corporate Social responsibility* bagi masyarakat.

Keunikan CSR Waroeng Group terletak pada Program Sosial yang mempunyai nilai Profetik yang bisa di sebut *Prophetic Corporate Social Responsibility* atau disingkat (PCSR) didalam perusahaan melalui 3 aspek Yaitu aspek prophetic dalam Visi dan Misi, aspek *Prophetic* dalam menjemen, dan terakhir aspek *Prophetic* dalam Program (CSR) perusahaan.

Ketiga aspek Visi dan Misi, Menejemen, dan Program CSR perusahaan harus mengandung nilai-nilai *Prophetic* yaitu Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi. Dari proses penelitian ini lahir lah *Prophetic Corporate Social Responsibility*.

## 2. Saran-Saran

Menurut pandangan peneliti tentang Prophetic Corporate Sosial Responsibility yang dilakukan oleh Waroeng Group tetap harus ada hal-hal yang disarankan maupun dikritik guna meningkatkan kualitas CSR yang sudah dilaksanakan oleh Waroeng Group. Ada beberapa kritik dan saran dari peneliti yang ingin disampaikan :

### a. Bagi pihak perusahaan

Saran untuk pihak perusahaan lebih detail lagi dalam melakukan dokumentasi dan perapihan data tentang CSR perusahaan, CSR yang ada diperusahaan masih banyak yang bersifat tidak membersayakan, harus lebih memperbanyak program CSR yang sifatnya memberdayakan agar bisa ikut andil dalam mensejahterakan rakyat indonesia.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya adalah lengkapi data yang tidak lengkap agar bisa menyempurnakan penelitian ini. Dan perbanyak refrensi tentang penelitian ini, serta mencoba untuk membuat teori atau gagasan yang bisa berguna bagi keilmuan di bidang Corporate Social Responsibility dan tentunya Ilmu Kesejahteraan Sosial

### 3. Kata Penutup

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang dengan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Prophetic Corporate Sosial Responsibility (Studi kasus Corporate Sosial Responsibility Oleh Waroeng Group)”. Peneliti menyadari bahwa dalam melakukan penyusunan penelitian skripsi ini banyak kekurangan sehingga jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembacanya. *Jazakumullah.*



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, Amin dkk “*ISLAMIC STUDIES Dalam Paradigma Integrasi-Interkoneksi (Sebuah Antologi)*”, Yogyakarta: SUKA Press, 2006.
- Departemen Agama RI, “Al-Qur’an Al Karim dan terjemahan”, Semarang:PT,Karya Tohan Putra.
- File dokumen “profil Waroeng Group”, data diambil tanggal 08 januari 2018
- Ghofur, Waryono, Abdul, “*Tafsir Sosial Mendialogkan teks dengan konteks*”, Yogyakarta: eLSAQ Press, 2005.
- Huda Miftahul dan Joko Prastowo “*Corporate social responsibility meraih kemuliaan bisnis*”, Yogyakarta: SAMUDRA BIRU,2011.
- Kuntowijoyo “*Paradigma islam interpretasi aksi*”, Jakarta: Penerbit Mizan,1993.
- Moeloeng, Lexy J “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007)
- Mustofa M Lutfi, Helmi Syarifudin “*Intelektualisme Islam : Melacak Akar-Akar Integrasi Ilmu dan Agama*”, (Malang: Lembaga Kajian al-Qur’an dan sains (LKQS) UIN Malang, 2006)
- Mu’tasim, Radjasa “*Model-Model Penelitian Dalam Studi Keislaman Berbasis Integrasi-Interkoneksi*”, Yogyakarta :Lembaga Penelitian Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2006.
- Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga,2004
- Richie, Jane dalam Lexi J. Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, cet. Ketigapuluh, Maret 2012.
- Rudito Bambang dan melia famiola, “*etika bisnis dan tanggung jawab sosial perusahaan*”, (bandung:rakayasa sains ,2007)
- Soehanda, Moh, “*Metodologi Penelitian Agama Kualitatif* “, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2008.
- Suharto, Edi, “*Pekerja Sosial Di Dunia Industri Memperkuat CSR (Coorporate Social Responsibility)*”, Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif R&D*”, Bandung : Alfabeta, 2009.

Zaim Saidi dan Hamid Abidin, “*Menjadi Bangsa Permurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial Di Indonesia*”, Jakarta:piramedia,2004.

### **Skripsi**

Rofiqotul Jannah, “*Nilai-Nilai Islam dalam Budaya Organisasi di Waroeng Grup Timoho Yogyakarta*”. Skripsi Diterbitkan. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2014.

Nasrullah, “*Corporate sosial responsibility (CSR) sebagai zakat perusahaan*”. Skripsi diterbitkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum 2013.

Bakhrul hadi, “*Pemikiran Kuntowijoyo tentang ilmu sosial profetik yogyakarta*”, Skripsi diterbitkan oleh Fakultas Ushuludin 2006

### **Internet**

Aan, Juli 2015, “*Rp 12 Triliun per Tahun, Dana CSR Belum Dikelola Baik*” BeritaOnline,<http://www.politikindonesia.com/index.php?k=politik&i=68981>,

Aminudin, Maret 2015, “*Kata Ridwan Kamil Soal Dana CSR Yang Tidak Terserap*”BeritaOnline,<https://nasional.tempo.co/read/news/2015/03/09/058648463/kata-ridwan-kamil-soal-dana-csr-yang-tidak-terserap>,

CSR Indonesia, februari 2017, “*inilah mereka penerima CSR Award 2017*” berita online, <http://csr-indonesia.com/2017/02/inilah-mereka-penerima-csr-indonesia-award-2017/>

Djarum, “*djarum foundation bakti pada negeri*” website online, <http://www.djarumfoundation.org/>,

Djarum, “*lahir dari dalam dan berkembang dengan lingkungan*” website online,<http://www.djarumfoundation.org/program/>,

Kompas, 23 juli 2007. “Tanggung jawab sosial korporasi” berita online

Muniroh, April 2017, “*MNC Grup raih penghargaan TOP CSR 2017*” berita online, <http://mnc.co.id/contents/detail/id/314/mnc-group-achieved-top-csr-award-2017>,

Pertamina, maret 2017, “*Pertamina tumbuh bersama lingkungan*” berita online, <http://pertamina.katadata.co.id/ekonografik/2017/03/01/pertamina-tumbuh-bersama-lingkungan>,

Pertamina, “*pertamina dan kesehatan*” website pertamina <http://www.pertamina.com/social-responsibility/csr-program/pertamina-dan-kesehatan/>,

Toyib Abdullah, Juni 2016, “*MNC Group Bantu 700 Ribu Pasien*”. <http://mnc.co.id/socialactivities/detail/id/37/mnc-group-bantu-kesehatan-700-ribu-pasien>,

Wikipedia, “*Pengertian Ilmu sosial profetik*”, [https://id.wikipedia.org/wiki/Ilmu\\_sosial\\_profetik](https://id.wikipedia.org/wiki/Ilmu_sosial_profetik),

### **Undang-undang**

Undang-Undang nomor 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.



**LAMPIRAN – LAMPIRAN**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## LAMPIRAN FOTO



Gambar 1. Wawancara dengan owner Waroeng Group



Gambar 2. Wawancara dengan owner di Warung Upnormal



Gambar 3.



Gambar 4.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Asad Izzuddin Zaki  
Tempat, Tgl Lahir: Jakarta, 09 November 1994  
Alamat : Jln Hj Rijin, rt 001/009  
Jatimakmur, Pondok Gede,  
Kota Bekasi, Jawa Barat.  
Email : asadizzuddinlaki@rocketmail.com  
Telephone : 0858781233460 ( WA )  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Status : Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Golongan Darah : B  
Nama Ayah : Mardani Ali Sera  
Nama Ibu : Siti Oniah



---

### PENDIDIKAN

---

#### FORMAL :

- 1998 – 1999 **TK IT IQRO, JATIMAKMUR, BEKASI**
- 1999 – 2000 **TADIKA IHSAN, JOHOR BAHRU, MALAYSIA**
- 2000 – 2004 **SEKOLAH KEBANGSAAN, JOHOR BAHRU, MALAYSIA**
- 2004 – 2005 **SDN N 14 JATIWARIGIN, KOTA BEKASI**
- 2005 – 2007 **SEKOLAH ALAM BOJONG KULUR , BOGOR**
- 2007 – 2009 **SMP AL-HIKMAH BOBOS, CIREBON**
- 2009 – 2010 **SMPP IT RAUDHOTUL MUTTAQIN, JATIMAKMUR,  
KOTA BEKASI**
- 2010 – 2013 **SMA N 113, JAKARTA**
- 2013 – 2018 **UIN SUNAN KALIJAGA, YOGYAKARTA**