

**Model *Corporate Social Responsibility*  
Pada Perusahaan Milik Saudagar Bugis  
di Sulawesi Selatan**



Oleh:  
**Ambo Dalle**  
**NIM: 1630316001**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
DISERTASI  
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh  
Gelar Doktor dalam Studi Islam

**YOGYAKARTA**  
**2023**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS DARI  
PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ambo Dalle  
NIM : 1630316001  
Jenjang : Doktor

Menyatakan bahwa naskah **Disertasi** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya, dan bebas dari plagiarism. Jika dikemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta 27 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Ambo Dalle

NIM: 1630316001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
**PASCASARJANA**

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281 Telp. (0274) 519709 Fax (0274) 557978  
e-mail: pps@uin-suka.ac.id. website: http://pps.uin-suka.ac.id

## PENGESAHAN

Judul Disertasi : MODEL *COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA  
PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI  
SULAWESI SELATAN  
Ditulis oleh : Ambo Dalle  
NIM : 16300316001  
Program/Prodi. : Doktor (S3) / Studi Islam  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

**Telah dapat diterima**  
**Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Doktor (Dr.)**  
**Dalam Bidang Studi Islam**

Yogyakarta, 29 Agustus 2023

An. Rektor,  
Ketua Sidang,



**Prof. Dr. H. Kamsi, M.A.**  
NIP. 195702071987031003



## YUDISIUM

### BISMILLĀHIRRAHMĀNIRRAHĪM

DENGAN MEMPERTIMBANGKAN JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN KEBERATAN PARA PENILAI DALAM UJIAN TERTUTUP (PADA TANGGAL 6 JULI 2023), DAN SETELAH MENDENGAR JAWABAN PROMOVENDUS ATAS PERTANYAAN DAN SANGGAHAN PARA PENGUJI DALAM SIDANG UJIAN TERBUKA, MAKA KAMI MENYATAKAN, PROMOVENDUS, **AMBO DALLE** NOMOR INDUK: **16300316001** LAHIR DI ANABANUA, TANGGAL **16 AGUSTUS 1991**,

**LULUS DENGAN PREDIKAT :**

**PUJIAN (CUM LAUDE)/SANGAT MEMUASKAN/MEMUASKAN\*\***

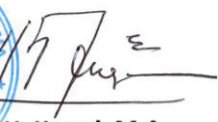
KEPADA SAUDARA DIBERIKAN GELAR DOKTOR **STUDI ISLAM** KONSENTRASI **EKONOMI ISLAM** DENGAN SEGALA HAK DAN KEWAJIBAN YANG MELEKAT ATAS GELAR TERSEBUT.

**\*SAUDARA MERUPAKAN DOKTOR KE-925.**

YOGYAKARTA, 29 AGUSTUS 2023

An. REKTOR  
KETUA SIDANG,



  
**Prof. Dr. H. Kamsi, M.A.**  
NIP.: 19570207 198703 1 003

**\*\* CORET YANG TIDAK DIPERLUKAN**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
**PASCASARJANA**

Jln. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281 Telp. (0274) 519709 Fax (0274) 557978  
e-mail: pps@uin-suka.ac.id. website: http://pps.uin-suka.ac.id


**DAFTAR HADIR DEWAN PENGUJI  
UJIAN TERBUKA PROMOSI DOKTOR**

Nama Promovendus : Ambo Dalle  
NIM : 16300316001  
Judul Disertasi : MODEL COPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI SULAWESI SELATAN

Ketua Sidang : Prof. Dr. H. Kamsi, M.A.

Sekretaris Sidang : Ahmad Rafiq, M.Ag., M.A., Ph.D.

Anggota : 1. Prof. Drs. H. Hadri Kusuma, MBA., Ph.D. (Promotor/Penguji)  
2. Dr. Abdur Rozaki. S.Ag., M.Si. (Promotor/Penguji)  
3. Dr. Sunaryati, S.E., M.Si. (Penguji)  
4. Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. (Penguji)  
5. Ro'fah, S.Ag., BSW., M.A., Ph.D. (Penguji)  
6. Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA. (Penguji)



Di Ujikan di Yogyakarta pada hari Selasa, tanggal 29 Agustus 2023

Tempat : Aula Lt. 1 Gd. Pascasajana UIN Sunan Kalijaga  
Waktu : Pukul 08.00 WIB. S.d. Selesai  
Hasil / Nilai (IPK) : 3.67  
Predikat Kelulusan : ~~Pujian (Cumlaude)~~/ Sangat Memuaskan/ Memuaskan

Sekretaris Sidang,

Ahmad Rafiq, M.Ag., M.A., Ph.D.  
NIP.: 19741214 199903 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto, Yogyakarta, 55281, Tel. & Faks, (0274) 557978  
email: [pps@uin-suka.ac.id](mailto:pps@uin-suka.ac.id), website: <http://pps.uin-suka.ac.id>.

---

**PENGESAHAN PROMOTOR**

Promotor/Penguji :  
Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA., DBA.

( — | — )

Promotor :  
Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si.

(  )

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan koreksi dan penilaian terhadap naskah disertasi berjudul:

**MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA  
PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI SULAWESI  
SELATAN**

yang ditulis oleh:

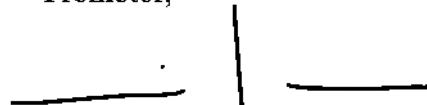
Nama : Ambo Dalle  
NIM : 1630316001/S3  
Program : Doktor

SeBagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 06 Juli 2023, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 03 Agustus 2023

Promotor,



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA., DBA.



## NOTA DINAS

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan koreksi dan penilaian terhadap naskah disertasi berjudul:

**MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA  
PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI SULAWESI  
SELATAN**

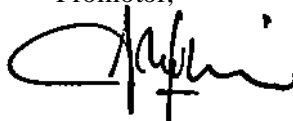
yang ditulis oleh:

Nama : Ambo Dalle  
NIM : 1630316001/S3  
Program : Doktor

SeBagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 06 Juli 2023, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 16 Agustus 2023  
Promotor,



Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si.

## NOTA DINAS

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan koreksi dan penilaian terhadap naskah disertasi berjudul:

**MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA  
PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI SULAWESI  
SELATAN**

yang ditulis oleh:

Nama : Ambo Dalle  
NIM : 1630316001/S3  
Program : Doktor

SeBagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 06 Juli 2023, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 09 Agustus 2023  
Penguji.

  
Dr. Sunaryani, SE., M.Si.

## NOTA DINAS

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan koreksi dan penilaian terhadap naskah disertasi berjudul:

**MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA  
PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI SULAWESI  
SELATAN**

yang ditulis oleh:

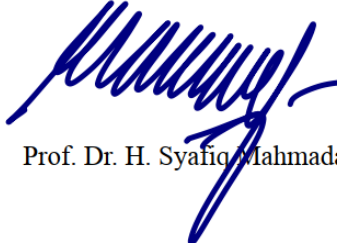
Nama : Ambo Dalle  
NIM : 1630316001/S3  
Program : Doktor

SeBagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 06 Juli 2023, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 07 Agustus 2023

Penguji,



Prof. Dr. H. Syaiful Mahmadah Hanafi, M. Ag.

## NOTA DINAS

Kepada Yth.,  
Direktur Pascasarjana  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan koreksi dan penilaian terhadap naskah disertasi berjudul:

**MODEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PADA  
PERUSAHAAN MILIK SAUDAGAR BUGIS DI SULAWESI  
SELATAN**

yang ditulis oleh:

Nama : Ambo Dalle  
NIM : 1630316001/S3  
Program : Doktor

SeBagaimana yang disarankan dalam Ujian Tertutup pada tanggal 06 Juli 2023, saya berpendapat bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan ke Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam Ujian Terbuka Promosi Doktor (S3) dalam rangka memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi Islam.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Yogyakarta, 10 Agustus 2023  
Penguji,

  
Ro'fah, M.A., Ph.D.

## ABSTRAK

Aktivitas perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tidak dapat dipisahkan dari adanya tanggungjawab yang harus dilaksanakan. Kewajiban perusahaan mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kewajiban perusahaan sebagaimana yang tertuang dalam konsep *Triple Bottom Line* diimplementasikan melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Implementasi program *CSR* umumnya dilaksanakan dengan menggunakan tiga model yaitu piramida, lingkaran berpotongan, dan lingkaran konsentris. Untuk itu, penelitian ini berupaya untuk melakukan analisis secara komparatif terhadap tiga model tersebut pada tiga perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Analisis komparasi dimaksudkan untuk mendalami model *CSR* yang diterapkan pada perusahaan tersebut. Selain itu, penelitian ini juga melakukan analisis terkait pelaksanaan model *CSR* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu upaya untuk menggali informasi secara mendalam terkait praktek *CSR* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dilakukan menggunakan metode triangulasi sebagaimana yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pilihan model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan tidak sepenuhnya mengikuti salah satu model sebelumnya yang sudah populer. Perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan menjadikan agama (*religie*) sebagai dasar dan harus termuat dalam setiap aspek *CSR*. Dengan demikian maka penelitian ini menawarkan suatu model baru yaitu model lingkaran berpotongan terpusat (*concentric intersecting circles*). Adapun model ini menjadikan kewajiban perusahaan mencakup 4 (empat) aspek yaitu

agama (*religie*), ekonomi (*profit*), aspek sosial (*people*), dan aspek lingkungan (*planet*).

Implementasi *CSR* model lingkaran berpotongan terpusat pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan dapat dijalankan dengan menggunakan sistem kebijakan terdistribusi (*distributed holdings*). Sistem ini memberikan kebebasan kepada setiap anak perusahaan atau unit usaha untuk menjalankan *CSR* sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lingkungan sosial kemasyarakatan yang ada disekitarnya. Sistem tersebut, menjadikan Yayasan sebagai lembaga yang memayungi program *CSR* yang dilaksanakan oleh anak perusahaan atau unit usaha.

**Kata kunci:** Model, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Saudagar Bugis



## ABSTRACT

The company's business activities are inseparable from wide ranging obligations, covering economic, social, and environmental aspects. The company's obligations as stated in the Triple Bottom Line concept are implemented through Corporate Social Responsibility (CSR) activities. CSR programs are generally carried out using three models, namely circles, intersecting circles, and concentric circles. For this reason, this study seeks to carry out a comparative analysis of the three models in three companies owned by Bugis traders in South Sulawesi. The comparative analysis is intended to explore the CSR model implemented by these companies. In addition, this study also aims to analyze the implementation of CSR model in companies run by Bugis traders in South Sulawesi.

Using a qualitative approach, this study was designed to dig up in-depth information regarding CSR practices in companies of Bugis traders in South Sulawesi. The data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, while the data were analyzed using the triangulation method as is commonly used in qualitative research.

This research shows that the predetermined Corporate Social Responsibility (CSR) model in these companies does not fully comply with one of the widely applied models. These companies owned by Bugis merchants in South Sulawesi considers religion as the basis to underpin every aspect of CSR program. Thus, this research offers a breakthrough model, namely the concentric intersecting circle model. This model covers four aspects of obligations, namely religion, economy (profit), social aspects (people), and environmental aspects (planet).

The CSR implementation of the intersecting circle model for the companies under study can be implemented using a distributed policy system (distributed holdings). This system provides flexibility to each subsidiary or business unit to carry out CSR programs in accordance with the actual needs and surrounding social environmental

conditions. This system makes the foundation as an umbrella organization for CSR programs carried out by subsidiaries or business units.

**Keywords:** Model, Corporate Social Responsibility (CSR) and Bugis Merchants





## مستخلص البحث

لا يمكن فصل أنشطة الشركة في تنفيذ أعمالها عن المسؤوليات التي يجب القيام بها. تغطي التزامات الشركة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. يتم تنفيذ التزامات الشركة المنصوص عليها في المحصلة الثلاثية من خلال أنشطة المسؤولية الاجتماعية للشركة. يتم تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية للشركة بشكل عام باستخدام ثلاثة نماذج، وهي الأهرامات، والدوائر المتقاطعة، والدوائر المتمركزة. لذلك، يسعى هذا البحث إلى إجراء تحليل مقارن للنماذج الثلاثة في ثلاث شركات يملكها تجار بوغيس في جنوب سولاويزي. يهدف التحليل المقارن إلى تعميق نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركة التي أجريت في هذه الشركات الثلاث. بالإضافة إلى ذلك، يتعلق التحليل أيضا بتنفيذ نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركة التي يملكها تجار بوغيس في جنوب سولاويزي.

يستخدم هذا البحث نهجا نوعيا، وهو عبارة عن جهود للعثور على معلومات متعمقة تتعلق بممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركة في ثلاث شركات يملكها تجار بوغيس في جنوب سولاويزي. تتم تقنيات جمع البيانات في هذا البحث من خلال المقابلات المتعمقة، والملاحظات، والتوثيق. وتحليل البيانات باستخدام طريقة التثليث كما هو معروف في البحوث النوعية.

يظهر هذا البحث أن اختيار نماذج المسؤولية الاجتماعية للشركة في الشركات التي يملكها تجار بوغيس في جنوب سولاويزي لم يتبع بشكل كامل أحد النماذج الشائعة في السابق. هذه الشركات تجعل الدين أساسا ويجب إدراجه في كل جانب من جوانب المسؤولية الاجتماعية للشركة. وبذلك، يقدم هذا البحث

نموذجاً جديداً، وهو نموذج الدائرة المتقاطعة المتمركزة. هذا النموذج يجعل التزامات الشركة تغطي ٤ جوانب، وهي دينية، واقتصادية، واجتماعية، وبيئية.

يمكن تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة من خلال نموذج الدائرة المتقاطعة المتمركزة في ثلاث شركات يملكها تجار بوغيس في جنوب سولاويزي باستخدام نظام السياسة الموزعة أو الحيازات الموزعة. يمنح هذا النظام الحرية لكل شركة فرعية أو وحدة أعمال في تنفيذ المسؤولية الاجتماعية للشركة وفقاً لاحتياجات وظروف البيئة والاجتماعية التي تحيط بها. هذا النظام يجعل المؤسسة منظمة شاملة لبرامج المسؤولية الاجتماعية للشركة التي تنفذها الشركات التابعة أو وحدات الأعمال.

الكلمات المفتاحية : النماذج، المسؤولية الاجتماعية للشركة، تجار بوغيس

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

**B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap**

متعددة عدّة	Ditulis Ditulis	Muta'addidah 'iddah
----------------	--------------------	------------------------

**C. *Tā' marbūṭah***

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang“al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kata aslinya.

حكمة علّة كرامة الأولياء	ditulis ditulis ditulis	<i>ḥikmah</i> <i>'illah</i> <i>karāmah al-auliyā'</i>
--------------------------------	-------------------------------	---

**D. Vokal Pendek dan Penerapannya**

ـِ	Kasrah	ditulis	i
ـَ	fathah	ditulis	a
ـُ	Dammah	ditulis	u

**E. Vokal Panjang**

fathah + alif جاهلية	ditulis	A <i>jāhiliyyah</i>
fathah + ya' mati يسعى	ditulis	A <i>yas'ā</i>
kasrah + ya' mati كريم	ditulis	Ī <i>karīm</i>
dammah + wawu mati فروض	ditulis	U <i>furūd</i>

**F. Vokal Rangkap**

fathah + ya' mati بينكم	ditulis	Ai <i>bainakum</i>
fathah + wawu mati قول	ditulis	au <i>qaulum</i>

**G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof**

أنتم أعدت لئن شكرتم	ditulis ditulis ditulis	<i>a'antum</i> <i>u'idat</i> <i>la'in syakartum</i>
---------------------------	-------------------------------	---

**H. Kata Sandi Alif + Lam**

fathah + ya' mati بينكم	ditulis	Ai <i>bainakum</i>
fathah + wawu mati قول	ditulis	au <i>qaulum</i>

1. Bila diikuti Huruf Qamariah

القرآن القياس	ditulis ditulis	<i>al-Qura'ān</i> <i>al-Qiyās</i>
------------------	--------------------	--------------------------------------

2. Bila diikuti Huruf Syamsiyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el)-nya.

السماء الشمس	ditulis ditulis	<i>as-Samā'</i> <i>asy-Syams</i>
-----------------	--------------------	-------------------------------------

**I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat**

ذو الروض أهل السنة	ditulis ditulis	<i>zawī al-furūd</i> <i>ahl as-sunnah</i>
-----------------------	--------------------	--

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* *robbil 'aalamiin*. Segala puji bagi Allah yang dengan rahmat dan ridā-Nya, penulis dapat menyelesaikan disertasi ini dan menyajikannya ke hadapan pembaca yang budiman. Disertasi ini berjudul “Model *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Milik Saudagar Bugis di Sulawesi Selatan.” Seiring dengan selesainya disertasi ini, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih penulis kepada berbagai pihak:

1. Prof. Dr. Phil Al Makin, MA., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, H. Ahmad Muttaqin., S.Ag., M.Ag., Ph.D. selaku Wakil Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ahmad Rafiq, MA., Ph.D selaku Ketua Program Doktor dan seluruh jajaran pengelola Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, disampaikan terima kasih sebesar-besarnya atas bimbingan, pelayanan dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama menempuh jenjang pendidikan program doktor sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan disertasi ini.
2. Prof. Dr. H. Hadri Kusuma, MBA. dan Dr. Abdur Rozaki, S.Ag., M.Si selaku Promotor yang dengan ramah, sabar, dan teliti dalam memberikan saran, kritik, petunjuk dan motivasi pada penulis sehingga memberikan perubahan yang signifikan dalam disertasi ini.
3. Ayahanda H. Buhari Bin Hamzah dan Ibunda Hj. Normawati Binti Dg Mallona yang telah memberikan cinta dan kasih yang tak terbatas kepada penulis sehingga penulis dapat berada pada titik ini sekarang. Semoga kesehatan, keberkahan dan kasih sayang senantiasa Allah Azzawajallah curahkan kepada Bapak Ibu.
4. Ayahanda mertua H. Syafarullah Bin Semmang dan Ibunda Mertua Hj. Indah Binti Muhammad Amin, semoga selalu sehat dan terima kasih atas dukungannya selama ini baik dalam

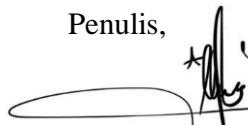
pekerjaan maupun studi saya, semoga kasih sayang senantiasa Allah SWT curahkan kepada bapak Ibu.

5. Istri tercinta St. Aminati Ulfiah yang selalu ada disisi saya dan selalu sabar disetiap apa yang telah dilalui bersama dan terkasih ketiga anak-anakku, Ahmad Rizhan, Nazwa Humairah Shanum dan Ahmad Yazid Al Huzaimi. Terima kasih banyak telah hadir untuk melengkapi dan menyempurnakan kehidupan saya. Dukungan, kesabaran dan doamu yang menjadi semangat yang terus memacu penulis untuk menyelesaikan studi ini.
6. Saudara Saudari penulis dan segenap keluarga yang nama-namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
7. Teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2016 Program Pascasarjana UINSunan Kalijaga Yogyakarta (Rusnaena, Suad Fikriawan, Usman, Alvien Septian Haerisma, Ratih Purbowisanti, Sumadi, Muhammad Tho'in, Moch Nurhidayat, Ahmad Ibandi dan Helmi Haris) yang selalu memberikan spirit dan motivasi dalam penulisan disertasi ini.
8. Sahabat sekaligus mentor saya, Barisan, terima kasih yang selalu menjadi teman diskusi, memberikan saran dan kritik dalam penyelesaian disertasi ini.
9. Sahabat-sahabat penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktunya untuk berdiskusi, memberikan saran, dan kritik konstruktifnya terhadap penulisan disertasi ini.

*Al haqqu min rabbika.* Oleh karena itu, kritik konstruktif dan saran dari semuapihak sangat penulis harapkan. Semoga disertasi ini bermanfaat dan memberi kontribusi nyata bagi problematika kehidupan di masa kontemporer.

Yogyakarta, 27 Januari 2023

Penulis,



Ambo Dalle



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN REKTOR</b> .....	<b>iv</b>
<b>YUDISIUM</b> .....	<b>v</b>
<b>TIM PENGUJI</b> .....	<b>vi</b>
<b>PENGESAHAN PROMOTOR</b> .....	<b>vii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxx</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	<b>xxxi</b>
<b>BAB I : Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Kegunaan Penelitian .....	12
E. Kajian Pustaka .....	13
F. Kerangka Teori .....	29
G. Metode Penelitian .....	46
H. Sistematika Pembahasan .....	53
<b>BAB II : Dinamika Terbentuknya Perusahaan Saudagar Bugis</b> .....	<b>55</b>
A. Masa Kolonialisme Sampai Indonesia Modern.....	55
B. Saudagar Bugis Keluarga Yusuf Kalla dan Perusahaanya .....	58
1. Dr. (HC) Drs. H. Muhammad Jusuf Kalla .....	59

2. Ir. Muhammad Aksa Mahmud .....	62
C. PT. Fajar.....	63

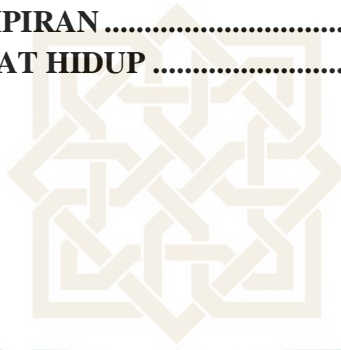
### **BAB III : Kebijakan dan Model Program CSR Perusahaan**

<b>Saudagar Bugis.....</b>	<b>69</b>
A. Kebijakan dan Program CSR PT. Kalla Group.....	69
1. Organisasi CSR.....	73
2. Model Program Dimasyarakat.....	78
B. Kebijakan dan Program CSR PT. Bosowa Group.....	99
1. Organisasi CSR.....	101
2. Model Program Dimasyarakat.....	103
C. Kebijakan dan Program CSR PT. Fajar Group .....	118
1. Struktur Manajemen Usaha.....	118
2. Model Program CSR dimasyarakat.....	119

### **BAB IV : Model CSR, Tantangan dan Perubahan**

<b>Masyarakat .....</b>	<b>137</b>
A. Model CSR .....	137
1. Realisasi bidang keagamaan.....	142
2. Realisasi bidang Ekonomi.....	144
3. Realisasi bidang Sosial.....	146
4. Realisasi bidang Etika/Hukum .....	147
5. Realisasi bidang Pendidikan.....	150
6. Realisasi bidang Lingkungan.....	150
7. Realisasi Filantropi .....	151
B. Tantangan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> ..	154
1. Bidang Agama .....	157
2. Bidang Ekonomi .....	158
3. Bidang Sosial.....	158
4. Bidang Etika/Hukum .....	158
5. Bidang Pendidikan.....	158
6. Bidang Lingkungan.....	158
C. Perubahan Masyarakat .....	158
1. Keterlibatan dan Pengembangan Masyarakat ...	164
2. Hak Asasi Manusia .....	167

3. Ketenagakerjaan .....	168
4. Lingkungan Hidup .....	170
5. Masalah Konsumen.....	171
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>173</b>
A. Kesimpulan.....	173
B. Saran .....	174
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>177</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>188</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>203</b>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
 YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perbandingan Model <i>CSR</i> , 46
Tabel 2	Struktur Organisasi Yayasan Kalla, 73
Tabel 3	Program dan Kegiatan PT. Kalla Group, 77
Tabel 4	Struktur Organisasi Bosowa Group, 100
Tabel 5	Program dan Kegiatan Bosowa Group, 102
Tabel 6	Program <i>CSR</i> Perusahaan PT. Fajar, 119



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 Model Piramida, 31  
Gambar 2 *CSR* Model Lingkaran Berpotongan, 35  
Gambar 3 *CSR* Model Lingkaran Konsentris, 37  
Gambar 4 Bantuan Kaum Duafa PT. Kalla Group, 84  
Gambar 5 Pemetaan Dana *CSR* PT. Kalla Group, 85  
Gambar 6 Alokasi Dana Pada Bidang Pendidikan, 90  
Gambar 7 Program Ekonomi dan Sosial, 92  
Gambar 8 Program Kemanusiaan dan Lingkungan, 95  
Gambar 9 Program Keagamaan, 98  
Gambar 10 Program Keagamaan PT. Fajar, 132  
Gambar 11 Program Pendidikan PT. Fajar, 133  
Gambar 12 Program Kemanusiaan dan Lingkungan, 134  
Gambar 13 Realisasi *CSR* Perusahaan Milik Saudagar Bugis, 139  
Gambar 14 Model Lingkaran Beririsan Terpusat, 153



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	List Pertanyaan Dalam Wawancara, 188
Lampiran 2	Data Wawancara, 194



## DAFTAR SINGKATAN

CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
ISR	: <i>Islamic Social Reporting</i>
UUD	: Undang-Undang Dasar
FPIC	: <i>Free, Prior and Informed Consent</i>
ICSR	: <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i>
DPS	: Dewan Pengawas Syariah
AAOIFI	: <i>Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions</i>
UEA	: Uni Emirate Arab
ISRI	: <i>Islamic Social Responsibility indeks</i>
CED	: <i>Committee for Economic Development</i>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Aktivitas perusahaan dalam menjalankan produksi dan bisnisnya tidak dapat terpisahkan dari adanya tanggungjawab yang harus dilaksanakan. Kewajiban perusahaan mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*Triple Bottom Line*).<sup>1</sup> Aspek ekonomi (*profit*), keuntungan yang tinggi bukan merupakan orientasi utama, tetapi lebih kepada keuntungan yang berkelanjutan. Untuk itu perusahaan memerlukan kajian seputar iklim usaha dan peluang pengembangan berkelanjutan. Aspek sosial (*people*), bisnis harus memperhatikan urusan sosialnya serta memperhatikan urusan keuangannya.

Mencapai keberlanjutan sosial oleh perusahaan adalah suatu keharusan dalam kerangka *Corporate Social Responsibility* pada *Triple Bottom Line*. Tetapi karena masyarakat berbeda dari satu daerah ke daerah lain, setiap perusahaan harus mengumpulkan data dari otoritas nasional mengenai urusan sosial, seperti tingkat pengangguran, hak asasi manusia, partisipasi angkatan kerja perempuan, layanan kesehatan, layanan pendidikan yang disediakan oleh pemerintah, dan lain sebagainya. Setelah menentukan prioritas masyarakat, pemegang saham atau pemilik harus mengambil keputusan untuk memenuhi sebanyak mungkin kebutuhan sosial. Agar bisnis menjadi stabil dalam jangka panjang, aktivitas sosial perusahaan bisnis harus memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar sebanyak mungkin. Aspek lingkungan hidup (*planet*), Kelestarian lingkungan merupakan salah satu konsep utama dalam kerangka *Triple Bottom Line*. Jika perusahaan bisnis tidak menghargai dimensi lingkungan, generasi bangsa berikutnya tidak dapat menikmati kualitas hidup yang sama seperti yang kita nikmati sekarang.

---

<sup>1</sup> Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Orporate Social Responsibility)* (Jakarta: PT. Gramedia, 2007).

Korporasi harus memperhatikan perubahan lingkungan dan mematuhi undang-undang lingkungan yang berlaku.<sup>2</sup>

Kewajiban perusahaan sebagaimana yang tertuang dalam konsep *Triple Bottom Line* diimplementasikan melalui aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan hasil penelusuran sejarah yang dilakukan oleh J. J. Asongu membagi periode sejarah CSR menjadi dua bagian, yaitu periode sebelum tahun 1900 dan periode sesudah tahun 1900. Hasil penelusurannya menemukan bahwa kebijakan yang memiliki kesamaan dengan konsep *Corporate Social Responsibility* telah dilaksanakan di masa pemerintahan raja Hammurabi sekitar tahun 1700 SM di kerajaan mesopotamia kuno. Hukuman mati diberikan kepada setiap pelaksana pembangunan atau pengusaha yang menjadi penyebab terjadi ketidaknyamanan sampai kematian masyarakat.<sup>3</sup> Bahkan dalam aturan tersebut tanggungjawab sosial menjadi prasyarat bagi seseorang yang hendak melakukan usaha. Mencermati hasil penelusuran tersebut, memungkinkan kita berkesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* ada sejak bisnis itu ada.

Pendekatan *Triple bottom line* adalah kerangka kerja populer yang digunakan untuk mengevaluasi keberlanjutan aktivitas perusahaan yang tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan, tetapi juga menekankan pada aspek lingkungan dan sosial. Menurut Carter dan Rogers kerangka *triple bottom line* membuat organisasi memahami bahwa keberlanjutan pada tingkat yang lebih luas terdiri dari tiga komponen, lingkungan alam, masyarakat dan realisasi bidang Ekonomi.<sup>4</sup> Pergeseran paradigma tentang *Corporate Social*

---

<sup>2</sup> Pavlo Brin and Mohamad Nassif Nehme, '*Corporate Social Responsibility: Analysis of Theories and Models*', *EUREKA: Social and Humanities*, 5.5 (2019): 22–30 <<https://doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001007>>.

<sup>3</sup> Sartika Nanda Lestari, 'Peran Perusahaan Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia', *Masalah-Masalah Hukum*, 46.1 (2018): 80 <<https://doi.org/10.14710/mmh.46.1.2017.80-91>>.

<sup>4</sup>S. Sapukotanage, B.N.F. Warnakulasuriya, and S.T.W.S. Yapa, 'Outcomes of Sustainable Practices: A Triple Bottom Line Approach to Evaluating Sustainable Performance of Manufacturing Firms in a Developing

*Responsibility* yaitu dari filosofi pelaporan ke filosofi keberlanjutan menjadi poin penekanan dalam pendekatan *Triple Bottom Line*. Informasi tentang analisis keberlanjutan khususnya mengenai sumber daya yang dapat digunakan saat ini, serta generasi selanjutnya menjadi tuntutan utama dari pemegang saham atau pemilik perusahaan.<sup>5</sup>

Perusahaan dalam menjalankan kewajiban *Corporate Social Responsibility*, dengan mengacu kepada *Triple Bottom Line* dapat dilakukan secara fleksibel. Fleksibilitas dalam konsep *Triple Bottom Line* jelas terlihat yang memungkinkan perusahaan menerapkan strategi sosial dan lingkungan secara berkelanjutan. Menurut Timothy F. Slaper menyebutkan bahwa ada tantangan untuk mempraktikkan teori *Triple Bottom Line*.<sup>6</sup> Tantangan ini termasuk mengukur masing-masing dari tiga kategori, menemukan data yang valid, dan menghitung kontribusi terhadap keberlanjutan. Mengatasi tantangan ini memungkinkan perusahaan mengambil keputusan jangka panjang yang benar.

*Corporate Social Responsibility* yang menjadi kewajiban setiap perusahaan merupakan implementasi dari pemikiran tentang pembangunan komunitas (*community development*). *Community development* memberikan instrumen kepada perusahaan untuk mengajak masyarakat melalui penyaluran aspirasi, pendapat, dan ide yang berhubungan dengan harapan setiap pihak pada kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan dengan masyarakat (komunitas) sekitar berupa pengembangan masyarakat atau *community development*. Masyarakat lokal yang dimaksudkan adalah masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasi perusahaan dan tidak memiliki hubungan secara kontraktual dengan perusahaan.

---

Nation in South Asia', *International Business Research*, 11.12 (2018): 89 <<https://doi.org/10.5539/ibr.v11n12p89>>.

<sup>5</sup>Aimee Jackson, Katherine Boswell, and Dorothy Davis, 'Sustainability and Triple Bottom Line Reporting – What Is It All About?', *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 1.3 (2011): 55–59.

<sup>6</sup> Brin and Nehme, '*Corporate Social Responsibility: ...*

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* melalui *community development* diupayakan agar mampu memberdayakan potensi masyarakat lokal sehingga dapat memberi manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat itu sendiri.<sup>7</sup> Masyarakat yang berada di sekitaran perusahaan, selain sebagai penerima dampak diharapkan juga menjadi bagian dari segenap penerima manfaat. Program *Corporate Social Responsibility* mewakili hak masyarakat untuk memperoleh manfaat dan kontribusi dari perusahaan untuk menikmati peningkatan kualitas hidup melalui berbagai dimensi pembangunan masyarakat seperti standar hidup, pendidikan dan kesehatan.<sup>8</sup>

Kewajiban *Corporate Social Responsibility* yang melekat kepada perusahaan telah dilaksanakan oleh perusahaan di setiap belahan dunia dengan berbagai model dan bentuk. Meskipun demikian, hasil penelusuran menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara pertama yang mewajibkan kepada setiap perusahaan untuk melaksanakan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya.<sup>9</sup> Kesadaran perusahaan di berbagai belahan dunia untuk mengungkap *Corporate Social Responsibility* tumbuh seiring dengan perkembangan perusahaan, namun kewajiban *CSR* yang diatur oleh negara melalui kebijakan pemerintah pertama kali dilaksanakan di Indonesia. Berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang kewajiban *Corporate Social Responsibility* bagi setiap perusahaan di Indonesia adalah sebagai berikut:<sup>10</sup>

---

<sup>7</sup>Agus Triyono, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) Pt. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap', *KomuniTi*, 6.2 (2014): 111–21.

<sup>8</sup>Maimunah Ismail, Siti Noormi Alias, and Roziah Mohd Rasdi, 'Community as Stakeholder of the *Corporate Social Responsibility* Programme in Malaysia: Outcomes in Community Development', *Social Responsibility Journal*, 11.1 (2015): 109–30 <<https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2013-0053>>.

<sup>9</sup>Rachmat Kriyantono, 'Public Relations and *Corporate Social Responsibility* in Mandatory Approach Era in Indonesia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211.September (2015): 320–27 <<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.041>>.

<sup>10</sup>Bambang Rudito and Melia Famiola, *Social Responsibility (CSR)*, (Rekayasa Sains, 2013).

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UU PM)
2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT)
3. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 232/KMK.013/1989 tanggal 11 Nopember 1989 tentang Pedoman Pembinaan Pengusaha ekonomi Lemah dan Koperasi melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN)
4. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil
5. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang BUMN
6. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
7. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2011 Tentang Penanganan Fakir Miskin Peraturan Menteri Sosial RI Nomor 13 Tahun 2012 tentang Forum tanggungjawab dunia usaha dalam penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.

Berbagai kegiatan memiliki dampak yang signifikan terhadap kualitas hidup individu dan masyarakat dapat dimuat dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dengan berbagai varian. Di Indonesia, berbagai masalah muncul, yang sebagian besar disebabkan oleh aktivitas manusia atau kerusakan alam. Aktivitas manusia seperti pencemaran lingkungan, udara, dan air juga ada. Akibatnya, tanggung jawab manusia atau organisasi berperan dalam menyelesaikan kesulitan di Indonesia, dan di sanalah konsep tanggung jawab sosial perusahaan didirikan.

Di negara Indonesia itu sendiri bermunculan berbagai masalah yang sebagian besar disebabkan oleh aktivitas manusia atau kerusakan alam. Selain kerusakan, aktivitas manusia juga telah menimbulkan banyaknya pencemaran, seperti pencemaran lingkungan, udara, dan air bersih, akibatnya, manusia atau organisasi bertanggungjawab dan berperan dalam menyelesaikan kesulitan di Indonesia demi keberlangsungan hidup hingga generasi mendatang.

Kehadiran tanggung jawab sosial perusahaan menjadi suatu keharusan yang harus diimplementasikan sebagai akibat dari aktivitas eksploitasi yang dilakukan. *Corporate Social Responsibility* adalah janji bisnis untuk beroperasi secara legal dan berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup individu dan keluarga, serta pemerintah, bisnis komunitas lokal, dan masyarakat luas. *Corporate Social Responsibility* juga dapat dicapai dengan memberdayakan masyarakat setempat secara nyata yang dibutuhkan masyarakat sekitar.<sup>11</sup>

Peningkatan pemahaman tentang *Corporate Social Responsibility* kepada masyarakat perlu untuk digiatkan agar mampu membangun kerjasama yang kuat demi penyelesaian masalah yang ada. Dengan adanya dukungan dari pemerintah melalui berbagai peraturan yang mengatur seputar *Corporate Social Responsibility* menjadi modal awal yang bagus untuk membangun sinergi berbagai pihak dan golongan yang ada.

Tantangan selanjutnya adalah bagaimana kesungguhan bersama untuk menerapkan setiap program *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk pengabdian dan tanggungjawab perusahaan atas setiap dampak yang ditimbulkan. Seiring dengan tumbuhnya pemahaman masyarakat tentang *Corporate Social Responsibility* maka akan tumbuh pula sikap kritis dari masyarakat terhadap program *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan.<sup>12</sup> Berbagai hal yang akan mendapat kritik, di antaranya tuntutan masyarakat akan akses yang berimbang dalam memanfaatkan sumber daya alam, mutu lingkungan, serta tuntutan untuk menggunakan teknologi yang ramah lingkungan.

Berbagai bentuk perhatian dan studi yang dilakukan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* di Indonesia telah mengalami banyak perkembangan. Selama bertahun-tahun *Corporate Social Responsibility* telah melalui jalan yang berat untuk

---

<sup>11</sup>Gina Bunga Nayenggita, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, "Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Indonesia," *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial* 2, no. 1 (2019): 61.

<sup>12</sup>Muhammad Endro Sampurna, 'Memahami CSR Secara Definitif Dalam Menjawab Krisis Energi Di Indonesia', *Global: Jurnal Politik Internasional*, 9.1 (2007) <<https://doi.org/10.7454/global.v9i1.256>>.

dipahami sebagai sebuah strategi perusahaan dan jalan menantang untuk diimplementasikan sebagai kewajiban terbaik demi menjadi perusahaan yang baik.<sup>13</sup> Kualitas output pelaksana juga harus dibahas dalam diskusi dan menjadi prioritas utama *Corporate Social Responsibility*. Terlepas dari kenyataan bahwa penerapan *CSR* tergantung pada kebijakan perusahaan, bantuan studi empiris diperlukan untuk merangsang bisnis untuk mengadopsi praktik *Corporate Social Responsibility* yang lebih baik. Selanjutnya, pembahasan *CSR* harus mencakup standar kompetensi pelaksana *CSR*. Terlepas dari kenyataan bahwa implementasi *CSR* tergantung pada kebijakan perusahaan, dukungan studi empiris diperlukan untuk merangsang bisnis untuk mengadopsi praktik keberlanjutan yang lebih baik.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dapat dikatakan masih sebatas wacana. Esensi dan signifikansi dari *CSR* masih belum dapat terbaca sepenuhnya oleh pelaku bisnis, sehingga *CSR* sendiri bagi sebagian pelaku bisnis baru sekedar wacana dan terkadang implementasinya berdasarkan atas tuntutan masyarakat.<sup>14</sup> Kondisi demikian menunjukkan bahwa *CSR* hanya sekedar memberi (*giving*) dan tidak mengarah kepada upaya pengembangan (*empowering*). Pengungkapan *CSR* hanya terlaksana hanya sebagai pelaksanaan kewajiban dan lebih mengedepankan upaya untuk memberikan informasi atau laporan sebagai bukti melalui berbagai media. Faktor utama yang memengaruhi pengungkapan *CSR* adalah media *exposure* dan *profitabilitas*, sedangkan ukuran dewan komisaris komite audit, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, realisasi bidang Lingkungan, *leverage* dan *size*, tidak memberi pengaruh.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Arifah Armi Lubis, "Peluang *CSR* Dalam Dua Sudut Pandang: Tinjauan Teoritis Dan Praktis," *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi* XXVI, no. 2 (2021): 163–175.

<sup>14</sup>Bing Bedjo Tanudjaja, 'Perkembangan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia', *Nirmana*, 8.2 (2006): 92–98.

<sup>15</sup>Berty Ismainingtyas, Bambang Suryono, and W Wahidahwati, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*',

Efektivitas program tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) di Indonesia masih perlu ditingkatkan. Hal ini terlihat dari banyaknya perusahaan yang menjadikan program *CSR* hanya sebagai kewajiban formalitas tanpa memikirkan seberapa besar manfaat program yang dilaksanakan bagi masyarakat dan lingkungan. Pelaksanaan *CSR* yang berkelanjutan diharapkan mampu memberikan keuntungan di masa yang akan datang. Selain itu, *CSR* juga memberikan keuntungan kepada masyarakat, terutama masyarakat lokal yang terdampak langsung oleh kegiatan bisnis perusahaan, keuntungan bagi masyarakat dapat berupa peningkatan taraf hidup yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.<sup>16</sup> Keputusan manajemen perusahaan untuk memberlakukan praktik *CSR* secara berkelanjutan merupakan keputusan yang rasional. Karena upaya melaksanakan program *CSR* akan menghasilkan efek lingkaran emas yang menguntungkan baik bagi perusahaan maupun pemangku kepentingannya. Kesejahteraan sosial ekonomi masyarakat akan terjamin melalui *CSR*. Hal ini akan menjamin kelancaran seluruh proses atau kegiatan produksi perusahaan, serta citra perusahaan dan produknya.

Terlepas dari perbedaan perspektif tentang bagaimana *CSR* dapat menguntungkan (atau menghambat) kinerja perusahaan, konsep *CSR* terus berkembang dan berkembang selama bertahun-tahun. Sejak tahun 1950-an, beberapa model *CSR* dikembangkan untuk mengelaborasi peran dan tanggung jawab masing-masing korporasi terhadap pemegang saham (*stake holders*) dan pemangku kepentingan. Model-model tersebut di antaranya adalah Model Liberal (Friedman 1970), Model Lingkaran Konsentris (CED) *Committee for Economic Development*. 1971), Model Ackerman (Ackerman dan Bauer 1976), Model Pemangku Kepentingan (Freeman 1984), Model

---

Wahana: *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23.1 (2020): 1–23 <<https://doi.org/10.35591/wahana.v23i1.183>>.

<sup>16</sup>Musdalifah Djamaluddin and others, 'Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Vale Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat', *Journal Governance and Politics (JGP)*, 1.2 SE-Articles (2021) <<https://jurnal.iyb.ac.id/index.php/jgp/article/view/200>>.



Piramida *CSR* (*Carroll* 1991), Model *CSR* Tiga Domain (*Schwartz* dan *Carroll* 2003), dan Model 3C-SR (*Meehan et al.* 2006).<sup>17</sup>

Penelitian ini difokuskan pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) pada 3 (tiga) perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan yaitu PT. Kalla Group, PT. Bosowa corp, dan PT. Fajar. Kajian dalam penelitian ini lebih diarahkan kepada model *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) di Sulawesi Selatan. Analisis *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) pada tiga pendekatan teoritis yaitu pertama, *CSR* model piramida dengan menempatkan tanggung jawab keuangan menjadi yang paling penting, prioritas kedua adalah tanggung jawab hukum, prioritas ketiga adalah tanggung jawab etis dan tanggung jawab filantropi ditempatkan di bagian akhir.<sup>18</sup> Kedua, *CSR* model lingkaran yang berpotongan dengan mencontohkan asimilasi tiga aspek: ekonomi, sosial, dan lingkungan namun menolak bahwa tanggung jawab ekonomi sebagai prioritas pertama dan utama,<sup>19</sup> dan ketiga, *CSR* Model lingkaran konsentris dengan menunjukkan bahwa kontrak sosial untuk operasi bisnis tidak hanya layak, tetapi juga diperlukan secara moral, dan mendesak bisnis untuk mengambil pendekatan yang lebih manusiawi untuk peran mereka dalam masyarakat.<sup>20</sup>

Adapun alasan memilih ketiga model pendekatan teoritis tersebut yaitu praktik *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) pada 3 (tiga) perusahaan tersebut pada dasarnya tidak memiliki perbedaan yang mendasar. Hal ini terjadi karena sebagaimana diketahui bahwa ketiga pemilik (*owner*) perusahaan tersebut merupakan tokoh yang tidak terpisahkan dan memiliki ikatan yang kuat baik dari segi bisnis,

---

<sup>17</sup> M. Ashrafi and others, “How *Corporate Social Responsibility* Can Be Integrated into Corporate Sustainability: A Theoretical Review of Their Relationships”, *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 25.8 (2018): 671–81 <<https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1471628>>.

<sup>18</sup> Repaul Kanji and Rajat Agrawal, ‘Models of *Corporate Social Responsibility*: Comparison, Evolution and Convergence’, *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 5.2 (2016): 141–55 <<https://doi.org/10.1177/2277975216634478>>.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> *Ibid.*

keluarga, emosional, dan juga historis sebagai mahasiswa sampai meniti karir. Ketiga tokoh tersebut diketahui aktif untuk saling memotivasi baik secara langsung maupun melalui aktivitas.

Semangat dan motivasi yang ditunjukkan pada tiga perusahaan tersebut sangat dominan bernuansa Islami khususnya dalam kebijakan aktivitas sosial kemasyarakatan yang dilakukan. Program unggulan pada perusahaan PT. Kalla Group yaitu *Islamic care*, sementara pada PT. Bosowa corp yaitu kemanusiaan dan keagamaan, sedangkan PT. Fajar juga mengusung tema yang sama yaitu kemanusiaan dan keagamaan.<sup>21</sup> Selanjutnya ketiga tokoh tersebut sama-sama mengedepankan prinsip kemanfaatan bersama sebagaimana yang telah menjadi nilai utama dalam sistem Ekonomi Islam. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip dalam ekonomi *syariah* (Islam) melengkapi pembahasan atas perilaku ekonomi sebagai manusia yang sadar dan berusaha untuk mencapai *masalah* atau *falah* yang disebut sebagai *homo Islamicus* atau *Islamic man*.<sup>22</sup>

Analisis komparatif dari tiga pendekatan tersebut secara konseptual akan menunjukkan bahwa terminologi yang sama mewakili arti yang berbeda dan pendekatan yang berbeda terhadap CSR. Lebih khusus lagi, analisis komparatif akan menunjukkan bahwa sifat CSR, asumsi batas yang mendasarinya, alat metodologis, dan penilaian kinerja adalah penyebab dan konsekuensi dari bagaimana hubungan antara elemen-elemennya dapat dipahami. Analisis perbedaan dalam struktur konseptual di ketiga model dapat membantu dalam mengklarifikasi ambiguitas dalam teori CSR dan penelitian dengan menjelaskan asumsi implisit yang masing-masing terikat, mengungkap temuan yang tidak konsisten tentang dampak sosial dari perilaku perusahaan, dan menghilangkan ketidak murnian dalam pengambilan keputusan manajerial.

Kedudukan hukum CSR dalam pengaturan hukum Internasional adalah *voluntary norm* yang berarti norma yang pelaksanaannya

---

<sup>21</sup> Hasil Wawancara kepada Stake Holder pada ketiga perusahaan tersebut yaitu PT. Kalla Group, PT. Bosowa Group dan PT. Fajar Group pada bulan Mei Tahun 2022.

<sup>22</sup> P3EIUII, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008).

secara sukarela oleh subyek hukum yang ditunjuk. Namun dalam perkembangannya terdapat upaya untuk memperkuat posisi *CSR* tidak hanya sebagai *voluntary norm an-sich* tetapi menjadi sebuah kewajiban *atau obligatory norm*.<sup>23</sup> Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka calon peneliti mengambil kesimpulan untuk melakukan penelitian dengan judul “**Model Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Milik Saudagar Bugis di Sulawesi Selatan**”. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kearifan lokal (*local wisdom*). Kajian utama dalam penelitian adalah melakukan telaah secara mendalam terkait model *CSR* yang diimplementasikan pada tiga perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Adapun maksud dari penelitian ini yaitu melakukan analisis perbandingan terhadap tiga model *CSR* dengan tujuan membangun model yang berbasis kearifan lokal.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan atas uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Seperti apakah model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan?
2. Bagaimanakah model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan diimplementasikan ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan atas masalah yang dibangun di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan.

---

<sup>23</sup> Hikmatul Ula, ‘Model Penerapan Corporate Social Responsibility Oleh Multinational Corporation Dalam Pengaturan International Finance Corporation ( IFC ) Dan Multilateral Investment Guarantee Agency ( MIGA )’, 13–25.

2. Untuk mengetahui model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan diimplementasikan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis. Manfaat yang diharapkan dapat diuraikan sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan untuk memperkaya khasanah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian Studi Ekonomi Islam, khususnya tentang model *Corporate Social Responsibility (CSR)* berbasis *local wisdom*. Model *CSR* berbasis *local wisdom* dibangun dari hasil analisis perbandingan pada tiga model *CSR* yang sudah ada sebelumnya. Analisis perbandingan tersebut dilakukan untuk mengembangkan model *CSR*, sebab pada model tersebut diketahui tidak sesuai dengan kearifan lokal masyarakat Bugis.
- b. Membangun model *Corporate Social Responsibility (CSR)* berbasis *local wisdom* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan melalui analisis perbandingan terhadap tiga model *CSR*.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berarti bagi pelaku usaha berbasis ekonomi Islam dalam pengelolaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Masukan utama sebagai bahan auto-kritik terhadap model pelaksanaan *CSR* yang tidak memiliki pedoman/model yang jelas serta adanya penafsiran yang tidak seragam dalam peraturan yang berlaku serta regulasi yang tidak berbasis pasar.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi praktisi ekonomi Islam khususnya yang berhubungan dengan

*Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan.

### **E. Kajian Pustaka**

Hasil penelusuran sejarah yang dilakukan oleh J. J. Asongu membagi periode sejarah *CSR* menjadi 2 bagian, yaitu periode sebelum tahun 1900 dan periode sesudah tahun 1900.<sup>24</sup> Hasil penelusurannya menemukan bahwa kebijakan yang memiliki kesamaan dengan konsep *CSR* telah dilaksanakan di masa pemerintahan raja Hammurabi sekitar tahun 1700 SM di kerajaan Mesopotamia kuno. Hukuman mati diberikan kepada setiap pelaksana pembangunan atau pengusaha yang menjadi penyebab terjadi ketidaknyamanan sampai kematian masyarakat. Bahkan dalam aturan tersebut tanggungjawab sosial menjadi prasyarat bagi seseorang yang hendak melakukan usaha. Mencermati hasil penelusuran tersebut, memungkinkan kita berkesimpulan bahwa *CSR* ada sejak bisnis itu ada.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah norma baru dalam strategi pemasaran dan bisnis perusahaan secara keseluruhan, dan mengatur hubungan antara dunia usaha dan komponen sosial-lingkungan lainnya. Banyak teori dan model konkret tanggung jawab sosial perusahaan telah dibuat dari waktu ke waktu, di berbagai negara, industri, dan/atau pengaturan, oleh akademisi dan lembaga individu, dan mereka dapat membantu mendefinisikan atau memberikan peluang untuk perluasan tanggung jawab sosial lebih lanjut.<sup>25</sup> Lebih banyak peraturan harus diluncurkan terutama tentang konsekuensi dari kegiatan korporasi yang berdampak pada lingkungan. Pemerintah harus mempromosikan *CSR* dan dorongan

---

<sup>24</sup> Sartika Nanda Lestari, 'Peran Perusahaan Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia', *Masalah-Masalah Hukum*, 46.1 (2018), 80 <<https://doi.org/10.14710/mmh.46.1.2017.80-91>>.

<sup>25</sup> Maxwell Chufama and Yvonne Utaumire, 'A Review of *Corporate Social Responsibility Theories and Models*', *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IX.3 (2021): 104–19 <<http://ijecm.co.uk/>>.

relatif yang berfokus pada keadaan yang saling menguntungkan bagi perusahaan.<sup>26</sup>

Kegiatan eksplorasi yang dilakukan perusahaan dalam proses produksi, selain memberikan dampak terhadap lingkungan juga secara tidak langsung mengganggu ketentraman masyarakat. Kehidupan sosial masyarakat tidak terlepas dari etika kehidupan yang menjadi pegangan secara umum. Kehadiran perusahaan secara tidak langsung turut menjadi bagian dari tatanan sosial yang terikat oleh etika yang telah tertanam dari kehidupan masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* menimbulkan anggapan bahwa inti dari etika bisnis karena adanya kewajiban perusahaan secara finansial selain kepada pemegang saham atau *shareholder*, perusahaan juga berkewajiban kepada pihak-pihak lain yang jangkauannya lebih luas yaitu: konsumen, karyawan, komunitas dan lingkungan.<sup>27</sup> Setiap kegiatan perusahaan secara etika tidak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut akan membawa dampak, baik secara positif maupun secara negatif. Tuntutan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan yang ada disekitarnya merupakan langkah yang efektif sebagai solusi bagi perusahaan untuk tetap berlanjut. Perusahaan berupaya untuk menjaga hubungan dengan *stakeholder* sebagai pemegang modal, karyawan sebagai tenaga kerja dalam proses produksi dan bisnis, dan kepada lingkungan sebagai tempat kegiatan produksi dan penerima dampak yang ditimbulkan.

Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial sering kali ditemukan adanya perusahaan-perusahaan yang tidak patuh terhadap aturan *CSR* yang berlaku. Toto Rusmanto dan Citra Williams mengungkapkan bahwa hanya ada 9% perusahaan di Indonesia yang

---

<sup>26</sup> George E. Halkos and Stylianos N. Nomikos, 'Reviewing the Status of *Corporate Social Responsibility (CSR)* Legal Framework', *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 32.4 (2021): 700–716 <<https://doi.org/10.1108/MEQ-04-2021-0073>>.

<sup>27</sup> Raisa Pratiwi, 'Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan *Corporate Social Responsibility* Dengan Kinerja Keuangan Perusahaan', *Ilmiah STIE MDP*, 2.1 (2015): 17–23 <<http://eprints.mdp.ac.id/674/>>.

patuh dalam menjalankan kewajiban *CSR*nya.<sup>28</sup> Kesadaran perusahaan untuk menjalankan *CSR* dipengaruhi oleh pemangku kepentingan yang ada di dalam dan sekitarnya, dengan demikian, maka inisiatif komunikasi yang relevan antara pihak perusahaan dengan pemangku kepentingan dapat menjadi solusinya.<sup>29</sup> Sun Young Lee dan Sungwon Chung mengungkapkan bahwa kesadaran perusahaan pada dasarnya penting, tetapi pengaruhnya ditentukan oleh efek yang muncul pada tujuannya.<sup>30</sup> Secara idealnya tujuan dari *CSR* adalah meningkatkan kualitas hidup dan menjaga kelestarian lingkungan yang ada di sekitarnya, tetapi dalam praktiknya *CSR* hanya digunakan oleh perusahaan untuk menggugurkan kewajiban agar tetap dapat menjalankan kegiatan bisnisnya.

Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, *CSR* menjadi wadah yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas ekonomi bangsa. Potensi yang dapat dimanfaatkan yaitu pengembangan UMK, meski demikian diketahui bahwa UMK sendiri tidak dapat mengambil manfaat dari *CSR*, dengan demikian, peranan pemerintah menjadi penting dan sangat menentukan.<sup>31</sup> Kebijakan pemerintah yang mengharuskan perusahaan untuk mengeluarkan *CSR* seharusnya diikuti oleh petunjuk teknis atas pelaksanaan dan peruntukan *CSR* tersebut. Dengan demikian, maka program *CSR* mampu berjalan beriringan dengan program pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat. Dalam pandangan

---

<sup>28</sup> Toto Rusmanto and Citra Williams, 'Compliance Evaluation on *CSR* Activities Disclosure in Indonesian Publicly Listed Companies', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172 (2015): 150–56 <<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.348>>.

<sup>29</sup> Yinyoung Rhou, Manisha Singal, and Yoon Koh, " *CSR* and Financial Performance: The Role of *CSR* Awareness in the Restaurant Industry," *International Journal of Hospitality Management* 57 (2016): 30–39, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.05.007>.

<sup>30</sup> Sun Young Lee and Sungwon Chung, 'Effects of Emotional Visuals and Company–Cause Fit on Memory of *CSR* Information', *Public Relations Review*, 44.3 (2018): 353–62 <<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.02.001>>.

<sup>31</sup> Nimruji Jammulamadaka, 'The Responsibility of *Corporate Social Responsibility* in SMEs', *International Journal of Organizational Analysis*, 21.3 (2013): 385–95 <<https://doi.org/10.1108/IJOA-Mar-2012-0566>>.

ekonomi, menunjukkan bahwa CSR berorientasi pada inovasi yang diinduksi, bahaya moral, preferensi pemegang saham, atau pasar tenaga kerja, sebaliknya CSR terikat pada pasar konsumen, politik swasta, dan politik publik.<sup>32</sup> Kunci utama untuk mencapai tujuan CSR adalah CSR dilakukan dengan fokus untuk mendapatkan kesejahteraan sosial dan hubungan masyarakat yang dinamis.<sup>33</sup>

Perusahaan dapat meningkatkan kinerja dalam bidang tanggungjawab sosial apabila perusahaan memiliki tata kelola yang baik serta mengurangi praktik-praktik yang menyimpan.<sup>34</sup> Banyaknya kepentingan yang melekat kepadanya, mengharuskan adanya keseriusan semua pihak untuk mendukung tercapainya tujuan. Badreya Al-Jenaibi (2017) meneliti tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan pendekatan studi kasus di organisasi Uni Emirate Arab. Penelitian ini berkesimpulan bahwa terdapat keseriusan organisasi dan pemerintah yang secara ketat menegakkan etika bisnis dan peraturan lingkungan untuk mendukung pertumbuhan CSR di negara tersebut.<sup>35</sup> Kerjasama antara pemerintah, swasta, dan masyarakat serta para pemangku kepentingan diperlukan untuk tetap menjaga keberlangsungan kegiatan perusahaan dan program tanggungjawab sosialnya. Lamanya pelaksanaan CSR pada dasarnya turut memengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.<sup>36</sup> Langkah

---

<sup>32</sup> Markus Kitzmueller and Jay Shimshack, 'Economic Perspectives on *Corporate Social Responsibility*', *Journal of Economic Literature*, 50.1 (2012): 51–84 <<https://doi.org/10.1257/jel.50.1.51>>.

<sup>33</sup> Rachmat Kriyantono, 'Public Relations and *Corporate Social Responsibility* in Mandatory Approach Era in Indonesia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211.September (2015): 320–27 <<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.041>>.

<sup>34</sup> Fathi Jouini, Aymen Ajina, and Abdelkader Derbali, '*Corporate Governance and Corporate Social Responsibility*', *International Journal of Management and Enterprise Development*, 17.2 (2018): 155–167 <<https://doi.org/10.1504/IJMED.2018.090841>>.

<sup>35</sup> Badreya Al-Jenaibi, '*Corporate Social Responsibility: Case Study in UAE Organizations*', *International Journal of Knowledge Society Research*, 8.4 (2017): 85–100 <<https://doi.org/10.4018/ijksr.2017100105>>.

<sup>36</sup> Ziyuan Zhou and Eyun Jung Ki, 'Exploring the Role of CSR Fit and the Length of CSR Involvement in Routine Business and Corporate Crises Settings',



yang dapat ditempuh dalam rangka menjaga agar *CSR* tetap optimal dengan dana yang besar, hanya dapat dicapai apabila biaya pajak terhadap perusahaan relatif lebih rendah.<sup>37</sup> Karena tuntutan pajak yang tinggi dengan diikuti oleh kewajiban *CSR* tidak dapat berjalan secara bersamaan bahkan cenderung untuk membuat perusahaan menghilangkan tanggungjawab sosial dengan asumsi bahwa kedua hal tersebut sejatinya memiliki makna yang sama.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan penentu keberlanjutan kegiatan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan, dan keberlanjutan sebagai gerakan ideologis yang dimaksudkan untuk melegitimasi dan mengkonsolidasikan kekuatan perusahaan besar.<sup>38</sup> Semakin kuat program *CSR* untuk mengatasi permasalahan sosial dan lingkungan sekitarnya maka semakin kuat perusahaan untuk tetap melanjutkan aktivitasnya. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Beiting Cheng et.al meneliti tentang tanggung jawab sosial perusahaan dan akses untuk pembiayaan. Kesimpulan mereka menunjukkan bahwa hubungan tersebut didorong oleh dimensi sosial dan lingkungan dari *CSR*.<sup>39</sup> Sepanjang kedua belah pihak tersebut mampu untuk menjaga hubungan agar tetap dinamis, maka kerjasama di antara keduanya akan tetap terjaga. Dalam suatu kegiatan studi perbandingan yang dilakukan oleh Corina et.al yang membandingkan pengungkapan praktik anti-korupsi dalam pengelolaan *CSR* antara Malaysia dan Indonesia. Mereka menyimpulkan bahwa praktik anti korupsi di Indonesia lebih tinggi daripada di Malaysia. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh ada paksaan di Indonesia yang tinggi

---

*Public Relations Review*, 44.1 (2018): 75–83  
<<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.11.004>>.

<sup>37</sup> Qian Liu, Leonard F.S. Wang, and Charlie L. Chen, “*CSR* in an Oligopoly with Foreign Competition: Policy and Welfare Implications,” *Economic Modelling* 72, no. June 2017 (2017): 1–7, <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.01.002>.

<sup>38</sup> Subhabrata Bobby Banerjee, ‘*Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly*’, *Critical Sociology*, 34.1 (2008): 51–79 <<https://doi.org/10.1177/0896920507084623>>.

<sup>39</sup> Beiting Cheng, Ioannis Ioannou, and George Serafeim, ‘*Corporate Social Responsibility And Access To Finance*’, *Strategic Management Journal*, 35. April 2013 (2010): 1–23 <<https://doi.org/10.1002/smj>>.

dibandingkan Malaysia.<sup>40</sup> Meskipun tidak disebutkan letak dan bentuk korupsi yang terjadi, akan tetapi dapat dimaknai di sini bahwa rendahnya komunikasi dan kerjasama menjadi sumber penyebabnya.

Bisnis merupakan orientasi utama dari perusahaan, sementara komunitas menjadi basis dalam berkegiatan, dan karyawan menjadi penggerak tercapainya tujuan dari perusahaan, dengan demikian maka poin utamanya adalah organisasi perusahaan harus responsif terhadap tiga unsur tersebut. Strategi responsif dikaitkan secara positif dengan hanya pencapaian tujuan bisnis dan masyarakat. Keadaan tersebut juga memberikan dukungan untuk testimonial dari laporan *CSR* industri mengenai manfaat dari pendekatan keterlibatan dalam mencapai tujuan organisasi yang dimaksudkan, termasuk menarik dan mempertahankan karyawan berbakat. Dalam menganalisis dampak saluran komunikasi terhadap pencapaian tujuan, diketahui bahwa iklan cetak memainkan peran signifikan dalam mencapai tujuan bisnis.<sup>41</sup> Kemampuan bersosialisasi atau membangun hubungan dengan masyarakat menjadi modal utama organisasi perusahaan untuk memulai aktivitasnya.

Baskentli et.al (2019) meneliti tentang reaksi konsumen terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan menjadikan teori pondasi moral sebagai dasar analisis penelitian ini menyimpulkan bahwa ketika fondasi moral konsumen kongruen dengan domain *CSR*, perilaku pro-perusahaan yang positif meningkat. Selain itu, efek kongruensi ini diamati hanya dalam tindakan *CSR* positif tetapi tidak dalam penyimpangan *CSR*. Terakhir, mereka memperkenalkan identifikasi perusahaan konsumen sebagai proses yang mendasari mendorong efek kongruensi domain konsumen pada reaksi

---

<sup>40</sup> Corina Joseph Joseph and others, 'A Comparative Study of Anti-Corruption Practice Disclosure among Malaysian and Indonesian *Corporate Social Responsibility (CSR)* Best Practice Companies', *Journal of Cleaner Production*, 112 (2016): 2896–2906 <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.091>>.

<sup>41</sup> Joon Soo Lim and Cary A. Greenwood, 'Communicating *Corporate Social Responsibility (CSR)*: Stakeholder Responsiveness and Engagement Strategy to Achieve *CSR* Goals', *Public Relations Review*, 43.4 (2017): 768–776 <<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.007>>.

perusahaan<sup>42</sup>. Untuk mencapai kesesuaian antara program CSR dengan konsumen dan lingkungan sosial sekitarnya, maka perusahaan harus mampu untuk memperoleh pengetahuan awal seputar kondisi dan kebutuhannya. Cesare Amatulli meneliti tentang apa dan dalam kondisi apa konsumen bereaksi positif terhadap berbagai jenis inisiatif CSR di antara perusahaan mewah. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa inisiatif CSR eksternal (dibandingkan internal) perusahaan mewah meningkatkan kemauan konsumen untuk membeli, efek ini ditekankan untuk konsumen dengan status yang lebih tinggi dan orientasi konsumsi yang mencolok.<sup>43</sup>

Bisnis terkemuka membuat penyesuaian kerangka kerja mereka untuk Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan Kinerja Sosial untuk memasukkan strategi berbasis hak asasi manusia untuk berinteraksi dengan masyarakat adat. Dapat dikatakan bahwa perbedaan normatif, konseptual, dan praktis antara FPIC dan CSR kurang mendapat perhatian. Sifat sukarela dan instrumental CSR membuatnya sulit untuk berdamai dengan prinsip-prinsip dasar hak asasi manusia. Sementara FPIC adalah mekanisme untuk memastikan penghormatan terhadap hak-hak Adat terkait tanah, penggunaan sumber daya, dan penentuan nasib sendiri, CSR terutama digunakan oleh bisnis untuk mengurangi risiko yang terkait dengan oposisi masyarakat dan kerugian reputasi. Dengan demikian, tujuan CSR dan FPIC berbeda, seperti yang ditunjukkan oleh sikap mereka terhadap isu-isu seperti pembangunan ekonomi, manajemen pemangku kepentingan, posisi perusahaan dalam hubungannya dengan pemerintah, serta tugas dan tanggung jawab perusahaan.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Sara Baskentli and others, 'Consumer Reactions to *Corporate Social Responsibility*: The Role of CSR Domains', *Journal of Business Research*, 95. February (2019): 502–513 <<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.046>>.

<sup>43</sup> Cesare Amatulli and others, 'Consumers' Perceptions of Luxury Brands' CSR Initiatives: An Investigation of the Role of Status and Conspicuous Consumption', *Journal of Cleaner Production*, (2018): 502-513 <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.111>>.

<sup>44</sup> Toyah Rodhouse and Frank Vanclay, 'Is Free, Prior and Informed Consent a Form of *Corporate Social Responsibility*?', *Journal of Cleaner Production*, 131 (2016): 785–94 <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.075>>.

Ketika anggota komunitas, pendukung, dan agen dengan pola pikir kewirausahaan bersatu untuk mengumpulkan sumber daya dan mengembangkan kemampuan baru, perubahan sosial yang positif terjadi. Kami menyajikan kerangka kerja integratif penciptaan kekayaan sipil untuk memperhitungkan sumbangan sosial, ekonomi, dan komunal yang dihasilkan oleh komunitas lokal untuk menjelaskan dan menginformasikan bagaimana dampak sosial terjadi di berbagai kategori pemangku kepentingan. Kekayaan sipil meliputi hal-hal yang tidak berwujud seperti kesehatan, kebahagiaan, dan keadilan sosial selain sumber daya berwujud dan aset fisik masyarakat. Kerangka penciptaan kekayaan sipil menawarkan akademisi dan profesional dari berbagai bidang perspektif baru tentang dampak sosial.<sup>45</sup>

Model tanggung jawab sosial perusahaan yang diadopsi oleh Samarco memprioritaskan pemantauan persepsi citra dan reputasi perusahaan di antara para pemangku kepentingan yang berbeda, mendukung pembangunan ikatan kepercayaan dengan masyarakat. Namun, strategi ini, dikombinasikan dengan ketergantungan ekonomi pada pemerintah kota, menutupi risiko operasional bendungan Fundão, yang mengakibatkan peningkatan kerentanan sosial masyarakat setempat. legitimasi operasinya. Di Brasil, kasus Samarco menantang penerapan kedua strategi tersebut, setelah perusahaan yang dianggap sebagai contoh praktik tanggung jawab sosial di sektor pertambangan bertanggung jawab atas salah satu tragedi lingkungan sosial terburuk di negara tersebut. Kontradiksi antara dokumen perusahaan dan persepsi masyarakat tentang risiko. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang dianut oleh Samarco memprioritaskan pemantauan persepsi citra dan reputasi perusahaan dengan pemangku kepentingan yang berbeda, dengan mencapai tingkat kepercayaan yang tinggi antara perusahaan dan masyarakat. Namun, strategi ini dikombinasikan dengan ketergantungan ekonomi kotamadya, menyembunyikan risiko operasional bendungan Fundão yang mengakibatkan meningkatnya kerentanan masyarakat lokal, dan

---

<sup>45</sup> G. T. Lumpkin and Sophie Bacq, 'Civic Wealth Creation: A New View of Stakeholder Engagement and Societal Impact', *Academy of Management Perspectives*, 33.4 (2019): 383–404 <<https://doi.org/10.5465/amp.2017.0060>>.

praktik yang terkait dengan model izin sosial untuk beroperasi sebagai cara untuk menjamin legitimasi dari operasinya. Kasus Samarco menantang penggunaan strategi ini di negara tersebut untuk memungkinkan perusahaan, yang dianggap sebagai acuan dalam praktik tanggung jawab sosial di sektor pertambangan, juga bertanggung jawab atas salah satu tragedi sosio-lingkungan terbesar di Brasil.<sup>46</sup>

Selain rasio keuangan seperti profitabilitas, aktivitas, likuiditas, dan lainnya, kinerja keuangan perusahaan syariah juga dievaluasi. Kinerja keuangan dapat diukur dengan menggunakan dana zakat dan tanggung jawab sosial perusahaan Islam (ICSR). Zakat merupakan syarat yang harus dipenuhi. Dana zakat dimaksudkan untuk diambil dari laba bersih perusahaan; semakin tinggi zakat yang dikeluarkan, semakin tinggi pula keuntungannya. Perusahaan harus mengeluarkan dana *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR). Jika masyarakat tidak menerima dana *ISCR*, akan ada reaksi negatif. Orang lebih cenderung mempercayai perusahaan yang membagikan *ISCR*-nya daripada yang tidak, karena bisnis besar akan dapat menyumbangkan dana *ISCR* ke lingkungan sekitar.<sup>47</sup>

Kekuatan keberlanjutan dari perspektif Islam lebih luas. Pemasaran Islami, sebagai suatu bidang, sebagian besar tetap membutuhkan penelitian empiris. Komunitas bisnis harus berhasil mengintegrasikan komunitas Muslim ke dalam strategi pemasaran mereka. Orisinalitas/nilai: Sepengetahuan terbaik, ini adalah studi pertama yang mengeksplorasi analisis kutipan literatur *CSR* umum dan *CSR* Islam. Studi ini menemukan bahwa telah terjadi peningkatan minat terhadap topik *CSR* dan Islam dalam beberapa tahun terakhir.

---

<sup>46</sup> Juliana Campos Lopes and Jacques Demajorovic, 'Responsabilidade Social Corporativa: Uma Visão Crítica a Partir Do Estudo de Caso Da Tragédia Socioambiental Da Samarco', *Cadernos EBAP.BR*, 18.2 (2020): 308–22 <<https://doi.org/10.1590/1679-395173811>>.

<sup>47</sup> Ikhsan Abdullah and Andri Soemitra, 'Non-Financial Perceptions When Evaluating Financial Performance in the Pandemic Era in *Islamic Accounting: Literature Study*', *International Journal of Economics Social and Technology (IJEST)*, 1.1 (2022): 7–12.

Penelitian masa depan diperlukan pada teori dan analisis metodologi bidang *CSR* umum dan bidang *CSR* Islam.<sup>48</sup>

Kebijakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* organisasi bisnis modern sejalan dengan nilai-nilai Islam sebagaimana tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip etika Islam adalah praktik *CSR* ideal yang dapat dilihat tertanam dalam semua operasi organisasi dan proses pengambilan keputusan, baik di tingkat individu maupun organisasi. Sebuah perusahaan yang menganut syariah merencanakan inisiatif *CSR*nya dengan hati-hati dan mengintegrasikannya ke dalam strategi perusahaannya. Organisasi-organisasi ini menggunakan *CSR* sesuai dengan prinsip Islam, dan semua bisnis menggunakan program *CSR* untuk memperkuat hubungan mereka dengan klien, anggota staf, dan masyarakat luas. Contoh inisiatif *CSR* yang sesuai dengan syariah disediakan, seperti masalah dan hambatan yang harus diatasi oleh organisasi Islam untuk berhasil menerapkan teknik *CSR*.<sup>49</sup>

Ada peningkatan permintaan dari masyarakat, konsumen, pemerintah, dan pihak lain bagi perusahaan untuk terlibat dalam praktik bisnis yang berkelanjutan sebagai akibat meningkatnya perhatian media, tekanan dari organisasi non-pemerintah, dan berbagi informasi global yang cepat. Bank syariah juga memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*). Faktanya, mayoritas bank syariah di seluruh dunia menyadari *CSR*, yang konsisten dengan pendiriannya sebagai institusi dengan motivasi etis dan finansial. Namun, saat ini tidak ada standar, arahan, atau kerangka kerja *CSR* khusus untuk penerapan bank syariah, khususnya di Malaysia, karena mereka didirikan sebagai entitas bisnis di bawah lingkup syariah. Meskipun ada standar, kerangka kerja, pedoman, dan inisiatif lokal, nasional, dan internasional yang terkait dengan *CSR*, tidak satupun

---

<sup>48</sup> Yazeed Alfakhri, Mohammad Nurunnabi, and Demah Alfakhri, 'A Citation Analysis of *Corporate Social Responsibility* (1970-2014): Insights from Islamic Perspective', *Journal of Islamic Marketing*, 9.3 (2018): 621-54 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0092>>.

<sup>49</sup> Mohammed Ilyas, 'Islamic Work Ethics and *Corporate Social Responsibility* in Business Organizations: Issues and Challenges', *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22.Specialissue (2018): 1-6.

dari mereka yang didorong oleh Syariah Islam dan oleh karena itu tidak dapat memberikan panduan komprehensif kepada bank Islam.<sup>50</sup>

Meskipun bank syariah mengklaim menganut ajaran Syariah, komitmen ini tampaknya tidak tercermin dalam pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial mereka; kenyataannya, pengungkapan CSR mereka jauh di bawah rata-rata. Ditetapkan bahwa DPS memiliki dampak positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa DPS memiliki potensi untuk lebih meningkatkan pelaporan CSR bank syariah. memerlukan penyesuaian terhadap peran dan operasional DPS sebagai komponen tata kelola perusahaan Syariah.<sup>51</sup>

Salah satu cara pelaku usaha melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah melalui pemberdayaan masyarakat. Ada banyak model dan strategi yang dapat digunakan untuk mendukung implementasinya. Di Indonesia, meneliti bagaimana bisnis dapat memberdayakan masyarakat telah muncul sebagai tradisi baru dalam penciptaan model CSR. Berbagai model pemberdayaan komunitas perusahaan telah muncul selama sepuluh tahun terakhir sebagai hasil penelitian tentang CSR, khususnya studi yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat. “Konteks lokal” dan “hubungan aktor” yang ada dalam lingkup program pemberdayaan masyarakat menjadi landasan bagi model pemberdayaan masyarakat oleh dunia usaha yang dikembangkan di Indonesia.<sup>52</sup>

Masih ada beberapa ketidakpastian tentang bagaimana CSR harus didefinisikan, meskipun banyak upaya untuk menetapkan definisi yang tepat dan obyektif. Definisi yang sudah ada sebagian besar konsisten. Akibatnya, kebingungan lebih pada bagaimana CSR

---

<sup>50</sup> Wan Noor Hazlina Wan Jusoh and others, ‘Standards, Frameworks, Guidelines and Initiatives Relating to *Corporate Social Responsibility*: A Literature Review’, *Journal of Muafaqat*, 2.2 (2019): 33–46.

<sup>51</sup> Nawal Hussein Abbas El Hussein, ‘The Sharia Supervisory Board: Does It Influence *Corporate Social Responsibility* Disclosure by *Islamic Banks*? A Review’, *Journal of Islamic Studies and Culture*, 6.1 (2018): 121–32 <<https://doi.org/10.15640/jisc.v6n1a13>>.

<sup>52</sup> Miftah Faridl Widhagdha and others, ‘Community Development Model by *Corporate Social Responsibility* in Indonesia: A Systematic Literature Review’, *Asean Social Work Journal*, (2022): 50–55 <<https://doi.org/10.58671/aswj.v10i2.17>>.

dibangun secara sosial dalam konteks tertentu daripada bagaimana CSR didefinisikan.<sup>53</sup>

Perusahaan besar yang berbasis internasional memerlukan perilaku bisnis yang etis. Sangat penting bahwa bisnis menjalankan operasi mereka secara etis sambil juga mencapai pertumbuhan ekonomi yang efektif. Sebuah karya referensi ilmiah berjudul *Globalization and the Ethical Responsibilities of Multinational Corporations: Emerging Research and Opportunities* berisi penelitian terbaru tentang hubungan antara pengaruh global dan integritas perusahaan. Publikasi ini sangat ideal bagi para peneliti, profesional, dan akademisi yang mencari penelitian terkini tentang bagaimana perusahaan global dan transnasional berdampak pada pembangunan ekonomi di seluruh dunia. Ini menawarkan cakupan luas pada berbagai topik dan perspektif, termasuk tata kelola perusahaan, teori pemangku kepentingan, dan investasi asing langsung.<sup>54</sup>

Banyak bisnis dengan pengungkapan CSR yang memadai dan nilai relevansi yang tinggi, namun ada juga bisnis yang memiliki hasil sebaliknya. Hasil ini dapat dipengaruhi oleh beberapa variabel, antara lain kemampuan setiap perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSRnya, kewenangan direksi untuk mengatur dan menetapkan kebijakan CSR, sampel penelitian, keadaan politik yang berlaku, serta persepsi dan stigma investor di daerah tertentu. Memperluas bidang studi diantisipasi untuk meningkatkan akurasi argumen yang dibuat mengenai pentingnya relevansi.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Fatimah Noor Rashidah Mohd Sofian and Rusnah Muhamad, 'Corporate Social Responsibility (CSR) and Islamic Banks: A Synthesis of Literature Review', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15.1 (2008): 1–13.

<sup>54</sup> Tarnue Johnson, 'Globalization and the Ethical Responsibilities of Multinational Corporations: Emerging Research and Opportunities', *Globalization and the Ethical Responsibilities of Multinational Corporations: Emerging Research and Opportunities*, (2017): 1–110 <<https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2534-9>>.

<sup>55</sup> Diajeng Fitri Wulan, 'Value Relevance and Corporate Social Responsibility Disclosure: A Literature Review', *Asian Journal of Economics and Business Management*, 1.1 (2022): 1–7 <<https://doi.org/10.53402/ajebm.v1i1.44>>.



Khususnya dalam kasus perusahaan di Indonesia, kearifan lokal sangat penting untuk inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang bermanfaat bagi masyarakat setempat; Namun, para pelaku bisnis ini belum memahami ide dan contoh inisiatif CSR berbasis kearifan lokal. Tiga kategori inisiatif CSR berbasis kearifan lokal ada: yang menggunakan, yang mempertimbangkan, dan yang didasarkan pada kearifan lokal. Hal ini akan mendukung perusahaan dalam mengatur dan melaksanakan kegiatan tersebut.<sup>56</sup>

Pendekatan CSR yang digunakan oleh para manajer di industri fashion berpusat pada keberlanjutan, model bisnis, dan/atau inovasi rantai pasokan. Komitmen dibuat mengenai ekonomi, lingkungan, dan/atau masyarakat, dengan penekanan pada penciptaan produk yang ramah lingkungan dan keselamatan pekerja. Kerangka mikro-meso-makro digunakan untuk menyajikan tindakan yang menghubungkan CSR dan keberlanjutan dengan perilaku perusahaan. Tindakan ini adalah contoh nyata dari ekuitas merek, budaya, manajemen rantai pasokan, aktivisme, dan hak asasi manusia. Kesimpulan studi ini berkaitan dengan akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan karena mereka menguraikan studi yang paling relevan tentang subjek tersebut, menyoroti tren penelitian, dan menunjukkan kesenjangan dalam literatur. Mereka juga memberikan wawasan tentang operasi dan efek perusahaan mode domestik dan internasional.<sup>57</sup>

Pengungkapan CSR lebih luas pada industri high profile (migas, pertanian, pertambangan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi, plastik, dan konstruksi) dibandingkan industri low profile. Mereka akan didorong untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial mereka oleh perusahaan yang lebih besar. Karena tulisan ini hanya

---

<sup>56</sup> Yulius Kurnia Susanto, Astrid Rudyanto, and Deasy Ariyanti Rahayuningsih, 'Redefining the Concept of Local Wisdom-Based CSR and Its Practice', *Sustainability (Switzerland)*, 14.19 (2022): 12069 <<https://doi.org/10.3390/su141912069>>.

<sup>57</sup> Thorey S. Thorisdottir and Lara Johannsdottir, 'Corporate Social Responsibility Influencing Sustainability within the Fashion Industry. A Systematic Review', *Sustainability (Switzerland)*, 12.21 (2020): 1–64 <<https://doi.org/10.3390/su12219167>>.

menggunakan skor antara 0 dan 1, penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode pengukuran *CSR Disclosure* yang lebih bernuansa.<sup>58</sup>

*Islamic Social Reporting (ISR)* adalah gaya pelaporan tentang masalah sosial berdasarkan standar moral dan norma budaya yang mempertimbangkan bagaimana bisnis berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan. Tingkat strategis kontinum tanggung jawab Islam dicapai oleh bisnis yang melaporkan kegiatan sosial dalam laporan tahunan mereka. Tingkat pelaporan perusahaan dalam kategori ini menunjukkan bahwa bisnis telah berpegang pada prinsip tanggung jawab sosial. Untuk meningkatkan kredibilitas ekspektasi jangka panjang dan tingkat kepercayaan pemangku kepentingan, tingkat strategis itu sendiri mencakup tanggung jawab altruistik seperti memberi kembali kepada masyarakat, membayar karyawan dengan upah yang adil, dan melindungi lingkungan.<sup>59</sup>

Menarik perhatian pada dua isu yang terkait tetapi bertentangan secara diametris, namun sangat mungkin bahwa (a) gerakan *CSR* seperti yang dipahami dalam konteks Barat mungkin tidak terlalu relevan dalam konteks sosio-budaya ini dan interpretasi alternatif *CSR* mungkin diperlukan. (b) *CSR* sebagai sebuah konsep tampaknya tidak diteliti atau dikembangkan dengan baik dalam konteks Timur Tengah. Tinjauan tersebut menunjukkan kesenjangan dalam literatur dan membahas jalur penelitian potensial yang dapat memperdalam pemahaman kita tentang *CSR* dengan memperkenalkan nuansa baru yang akan memperluas bidang pengetahuan dan menawarkan penjelasan teoretis baru untuk fenomena tersebut.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Badingatus Solikhah, 'An Overview of Legitimacy Theory on the Influence of Company Size and Industry Sensitivity towards *CSR Disclosure*', *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14.5 (2016): 3013–23.

<sup>59</sup> Bayu Tri Cahya and Farida Rohmah, 'Evolution of *Islamic Social Reporting*: Viewed From *Islamic Position* in the Continuum Social Responsibility', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 5.2 (2019): 196.

<sup>60</sup> Petya Koleva, 'A Systematic Review on *Corporate Social Responsibility Literature* in the Middle East: Conceptual Gaps and Challenges',

*CSR* adalah istilah yang memiliki banyak nuansa. Dalam berbagai konteks, definisi dan penerapannya berubah. Buddhisme berbeda dari agama lain karena dapat dipraktikkan dalam berbagai konteks. Selanjutnya, eksplorasi berbagai praktik *CSR* memungkinkan respons yang efisien terhadap konteks regional berkat ketidakmelekatan yang membentuk inti dari sarana terampil. Untuk mengatasi kesulitan dengan praktik *CSR*, implikasi ini menyarankan solusi yang dapat diterapkan berdasarkan berbagai kebijakan Buddhis. dan prinsip. Buddhisme bertentangan dengan beberapa teori dan konsep Barat yang terkenal, sehingga belum dipelajari secara luas atau dimasukkan dalam diskusi ilmiah utama. Metode Buddhis termasuk menggunakan kebijaksanaan, termasuk gagasan ketidakmelekatan. Karena memiliki aplikasi praktis dan dapat mengatasi masalah terkait *CSR* dan praktik manajemen organisasi, sarana terampil sangat cocok dengan *CSR*.<sup>61</sup> Praktik *CSR* dan kinerja keuangan di perusahaan-perusahaan Irak berkorelasi positif secara signifikan. Hal ini disebabkan penggunaan laporan tahunan yang meluas dalam studi terkait *CSR* sebelumnya sebagai dokumen standar yang diproduksi oleh bisnis secara teratur.<sup>62</sup>

Model Piramida *CSR* Internasional, yang mengakui pentingnya aspek ekonomi, global, hukum dan etika, dan filantropis dari konsep *CSR*, dibuat dengan mengintegrasikan model Carroll dan Visser. Pengembangan tanggung jawab 'glokal' terhadap lingkungan, masalah sosial budaya, pengguna teknologi, dan hak politik merupakan inovasi utama dalam Piramida Internasional. Piramida Internasional juga merampingkan piramida Carroll menggabungkan kewajiban hukum

---

*CSR, Sustainability, Ethics and Governance*, (2018): 237–57  
<[https://doi.org/10.1007/978-3-319-70449-4\\_15](https://doi.org/10.1007/978-3-319-70449-4_15)>.

<sup>61</sup> Mai Chi Vu, 'Skilful Means – a Buddhist Approach to Social Responsibility', *Social Responsibility Journal*, 14.2 (2018): 321–35  
<<https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2016-0084>>.

<sup>62</sup> Anmar Adnan Khudhair, Norlia Mat Norwani, and Azam Abdel Hakeem Khalid Ahmed., 'The Relationship between *Corporate Social Responsibility* and Financial Performance of Iraqi Corporations: A Literature Review', *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 15.1 (2019)  
<<https://doi.org/10.17265/1548-6583/2019.01.002>>.

dan etika yang terpisah menjadi satu kewajiban "hukum dan etika" tunggal. Ini juga memberikan fleksibilitas karena mengakui bahwa ketika prioritas berubah dari waktu ke waktu sebagai akibat dari perbedaan lintas bagian antara bisnis dan ekonomi, berbagai tanggung jawab yang diwujudkan dapat naik atau turun dalam piramida.<sup>63</sup>

Aktor ilmiah berpengaruh di bidang akuntansi Islam, mengkategorikan struktur intelektual menjadi tujuh aliran: akuntansi untuk Wakaf, akuntansi Zakat, audit Syariah, tata kelola dan penyaringan Syariah perusahaan, akuntansi untuk berbagai mode pembiayaan Islam, pendidikan dan etika. Implikasi sosial menyoroti upaya akademisi, peneliti, dan praktisi di bidang yang sedang berkembang ini. Upaya ini memberikan kesadaran kepada pemangku kepentingan yang berbeda tentang akuntansi Islam, yang akan mengarah pada pengelolaan, akuntabilitas, dan keputusan berbasis informasi yang lebih baik sejalan dengan prinsip ekonomi Islam.<sup>64</sup>

Terdapat beberapa model CSR yang umum diterapkan di Indonesia yaitu: Keterlibatan langsung, melalui Yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bermitra dengan pihak lain, dan mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium. Secara umum terdapat tiga model CSR sebagaimana diungkapkan oleh Redman yaitu: *pertama*: model konflik tradisional, *kedua*: model pemberian uang tunai, dan *ketiga*: model tujuan ganda.<sup>65</sup> Sedangkan menurut Geva juga mengemukakan adanya tiga model CSR: model piramida, model penampang lingkaran, dan lingkaran yang memusat.<sup>66</sup> Berdasarkan penyelesaian hasil penelitian di atas maka diketahui ada perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang ada

---

<sup>63</sup> Najeb Masoud, 'How to Win the Battle of Ideas in *Corporate Social Responsibility*: The International Pyramid Model of CSR', *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2.1 (2017): 1–22 <<https://doi.org/10.1186/s40991-017-0015-y>>.

<sup>64</sup> Muneer M. Alshater and others, 'Islamic Accounting Research between 1982 and 2020: A Hybrid Review', *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13.8 (2022): 1176–96 <<https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2021-0132>>.

<sup>65</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)* (Bandung: Alfabeta, 2014).

<sup>66</sup> *Ibid.*

sebelumnya. Penelitian difokuskan pada model *CSR* yang ada di perusahaan milik saudagar Bugis, dengan melakukan kajian melalui analisis perbandingan pada tiga model yang umum digunakan.

## **F. Kerangka Teori**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi perbincangan yang menarik banyak perhatian berbagai pihak pada 1950-an, dan sejak itu dicirikan dan ditafsirkan dalam berbagai cara. Keputusan tentang bagaimana secara cerdas memberlakukan berbagai kegiatan *CSR* telah dikaburkan sebagai akibat dari situasi ini. Saat ini, mengukur kinerja dialog pemangku kepentingan adalah cara terbaik untuk menentukan keberhasilan setiap adopsi proses *CSR*, tanpa reservasi sebelumnya untuk tetap berpegang pada bidang kegiatan tertentu atau mendapatkan keuntungan finansial dari layanan tersebut.<sup>67</sup>

Kinerja organisasi dapat diukur dari segi produktivitas dan penerimaan, tidak hanya sebagai merek tetapi juga sebagai entitas sosial. Akibatnya, suatu perusahaan harus memahami bagaimana meningkatkan kesejahteraan sosialnya, terutama penerimaan sosialnya. Demikian pula, pemangku kepentingan harus memastikan bahwa bisnis secara aktif menangani masalah yang menjadi perhatian masyarakat lokal, baik yang terkait dengan sosial maupun risiko. Apa cara yang lebih baik untuk memahami ini selain melalui *CSR*? Memang, melalui inisiatif *CSR*-lah perusahaan membangun status sosialnya dalam hal penjualan dan reputasi. Nama merek organisasi juga dikonfigurasi dan penerimaan difasilitasi melalui kegiatan *CSR* yang tepat.

### **1. *Corporate Social Responsibility (CSR)* Model Piramida**

Piramida yang sama ini disusun dalam urutan kepentingan yang semakin menurun, dengan tanggung jawab keuangan menjadi yang paling penting. Carrol menjelaskan bahwa semua tanggung jawab bisnis lainnya didasarkan pada tanggung jawab ekonomi perusahaan,

---

<sup>67</sup> Repaul Kanji and Rajat Agrawal, 'Models of *Corporate Social Responsibility*: Comparison, Evolution and Convergence', *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 5.2 (2016): 141–55 <<https://doi.org/10.1177/2277975216634478>>.

karena tanpa itu, yang lain menjadi pertimbangan yang diperdebatkan.<sup>68</sup> Prioritas kedua adalah tanggung jawab hukum. Prioritas ketiga adalah tanggung jawab etis, yang mencakup tanggung jawab dan kewajiban yang tidak dikodifikasikan secara hukum tetapi harus dilakukan untuk kebaikan yang lebih besar. Tanggung jawab filantropi diberikan prioritas terendah, meskipun faktanya mereka seharusnya bersifat diskresioner.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* model piramida menawarkan adanya empat dimensi tanggungjawab yaitu ekonomi, hukum, etika, dan filantropi. Tanggung jawab tersebut disusun secara hirarkis dengan menempatkan ekonomi sebagai landasan utamanya, yang selanjutnya dijadikan sebagai dasar tanggungjawab lainnya. Ekonomi merupakan bagian yang sangat fundamental dalam menjamin keberlanjutan aktivitas kehidupan umat manusia. Dengan demikian maka model piramida menjadikan ekonomi sebagai orientasi utama perusahaan mengimplementasikan *CSR*.

Pengusaha yang teliti perlu menerima *CSR*, sehingga perlu dibingkai untuk mencakup semua aspek tanggung jawab sosial perusahaan. Artikel ini membuat argumen bahwa total *CSR* terdiri dari empat jenis kewajiban sosial: ekonomi, hukum, etika, dan filantropis. Selanjutnya, struktur seperti piramida dapat digunakan untuk mewakili keempat kategori atau komponen *CSR* ini. Meskipun masing-masing tanggung jawab ini telah ada dalam beberapa bentuk atau lainnya untuk sementara waktu, tugas etis dan filantropis baru belakangan ini menjadi terkenal. Keempat kategori ini masing-masing harus diberi perhatian lebih.

---

<sup>68</sup> *Ibid.*

Gambar. 1  
Model Piramida



Sumber: Geva Aviva 2008 (*Three models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between theory, research, and practice*)

*Pertama*, tanggungjawab ekonomi, Organisasi bisnis secara historis dikembangkan sebagai entitas ekonomi yang dimaksudkan untuk menawarkan barang dan jasa kepada anggota masyarakat. Sebagai pendorong utama kewirausahaan, motif keuntungan didirikan. Organisasi bisnis berfungsi sebagai unit ekonomi dasar masyarakat kita sebelum yang lainnya. Akibatnya, tujuan utamanya adalah untuk menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen sambil juga menghasilkan keuntungan yang wajar. Konsep keuntungan maksimal berkembang dari motif keuntungan di beberapa titik, dan sejak itu menjadi prinsip masyarakat. Semua tanggung jawab bisnis lainnya didasarkan pada tanggung jawab ekonomi perusahaan karena tanpa itu, mereka tidak lagi relevan.<sup>69</sup>

<sup>69</sup> Jeremy Galbreath and Paul Shum, 'Do Customer Satisfaction and Reputation Mediate the CSR-FP Link? Evidence from Australia', *Australian*

Pengungkapan tanggungjawab sosial oleh perusahaan khususnya dalam bidang ekonomi menjadi pemicu munculnya kelompok-kelompok kepentingan yang hendak memanfaatkan kondisi tersebut. Setiap *stakeholder* yang terlibat di dalamnya harus memiliki komitmen dan kemampuan untuk mengedepankan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi. Kesimpulan umum adalah bahwa tanggung jawab ekonomi tampaknya tidak menjadi bagian dari konstruksi CSR untuk konsumen, menggarisbawahi gagasan bahwa CSR bukan tentang menghasilkan keuntungan bagi para pemangku kepentingan ini.<sup>70</sup>

*Kedua*, tanggungjawab hukum; Selain persetujuan masyarakat terhadap bisnis yang beroperasi untuk keuntungan, bisnis juga diharapkan mematuhi undang-undang dan peraturan yang diumumkan oleh pemerintah federal, negara bagian, dan lokal. Undang-undang dan tata cara ini berfungsi sebagai kerangka kerja di mana bisnis harus beroperasi. Perusahaan diharapkan untuk menjalankan misi ekonomi mereka dalam batas-batas hukum sebagai pemenuhan sebagian dari "kontrak sosial" antara bisnis dan masyarakat. Kewajiban hukum mewujudkan gagasan mendasar tentang perilaku etis yang telah ditetapkan oleh pembuat undang-undang kita, yang mencerminkan pandangan tentang "etika yang dikodifikasi". Untuk mewakili perkembangan historis mereka, mereka ditampilkan sebagai lapisan berikut pada sebuah piramida, tetapi mereka dipahami dengan benar sebagai hidup berdampingan dengan tanggung jawab ekonomi sebagai prinsip mendasar dari sistem usaha bebas.

*Ketiga*, tanggung jawab etika, meskipun tanggung jawab ekonomi dan hukum mewakili standar etika keadilan, tanggung jawab etis juga mencakup perilaku yang diharapkan atau dilarang oleh anggota masyarakat meskipun tidak secara eksplisit dijabarkan dalam

---

*Journal of Management*, 37.2 (2012): 211–29  
 <<https://doi.org/10.1177/0312896211432941>>.

<sup>70</sup> Alejandro Alvarado-Herrera and others, 'A Scale for Measuring Consumer Perceptions of *Corporate Social Responsibility* Following the Sustainable Development Paradigm', *Journal of Business Ethics*, 140.2 (2017): 243–62 <<https://doi.org/10.1007/s10551-015-2654-9>>.



hukum. Standar, norma, atau ekspektasi yang terkait dengan kewajiban etis adalah yang mencerminkan kepedulian terhadap apa yang oleh pemangku kepentingan seperti pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat dianggap adil, adil, atau konsisten dengan menegakkan atau melindungi hak moral mereka.

Karena mereka menjadi pendorong terciptanya undang-undang atau peraturan, pergeseran etika atau nilai dapat dilihat sebelum penciptaan hukum. Misalnya, gerakan konsumen, hak-hak sipil, dan lingkungan semuanya mencerminkan perubahan mendasar dalam nilai-nilai masyarakat dan dapat dilihat sebagai penentu etika yang mengantisipasi dan memengaruhi undang-undang selanjutnya. Dalam pengertian lain, kewajiban etis dapat dilihat sebagai merangkul standar perilaku yang dikembangkan baru-baru ini yang diharapkan masyarakat untuk dipatuhi oleh bisnis, meskipun standar perilaku ini mungkin lebih tinggi daripada yang saat ini diamanatkan oleh undang-undang. Tanggung jawab etis semacam ini seringkali tidak jelas atau menjadi subjek perdebatan publik yang sedang berlangsung, sehingga menantang bisnis untuk menanganinya.

*Keempat*, tanggung jawab filantropi, tanggung jawab filantropis dan etis berbeda karena yang pertama tidak diantisipasi dalam arti moral atau etis. Komunitas menginginkan bisnis untuk mendukung program dan kegiatan amal dengan uang, sumber daya, dan waktu karyawan, tetapi mereka tidak memandang bisnis sebagai tidak etis jika tidak memenuhi harapan mereka. Oleh karena itu, filantropi di pihak bisnis lebih bersifat diskresioner atau sukarela meskipun selalu ada harapan masyarakat bahwa mereka melakukannya.

Membuat perbedaan antara tanggung jawab filantropis dan etis penting karena beberapa bisnis secara keliru percaya bahwa menjadi tetangga yang baik di masyarakat memenuhi syarat sebagai tanggung jawab sosial. Perbedaan ini menekankan gagasan penting bahwa CSR termasuk sumbangan amal tetapi bukan hanya tentang mereka. Bahkan dapat dikatakan bahwa, meskipun nilai dan kekagumannya tinggi, filantropi sebenarnya kurang signifikan dibandingkan dengan tiga jenis tanggung jawab sosial lainnya. Di satu sisi, pemberian amal adalah ceri di atas kue, atau dalam metafora kita, piramida.

## 2. *Corporate Social Responsibility (CSR) Model Lingkaran yang berpotongan*

Berbeda dengan model piramida, model ini dengan tegas menyangkal prioritas hierarki *CSR* dan mencontohkan asimilasi tiga aspek: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Model ini diusulkan oleh Schwartz dan Carroll (2003) untuk menunjukkan bahwa ketika menyangkut *CSR*, tidak satu pun dari aspek-aspek tersebut lebih penting daripada yang lain.<sup>71</sup> Hukum Besi Davis dari Tanggung Jawab (1960) layak disebut dalam konteks ini, karena menolak tanggung jawab ekonomi sebagai prioritas pertama dan utama. Menurut undang-undang ini, suatu bisnis, walaupun diciptakan untuk mencari keuntungan, sebenarnya adalah ciptaan sosial, dan masyarakat harus mau mendukung dan menanggungnya agar dapat bertahan dan berkembang. Dukungan sosial semacam itu hanya dapat diperoleh melalui pemenuhan tanggung jawab dan kewajiban.

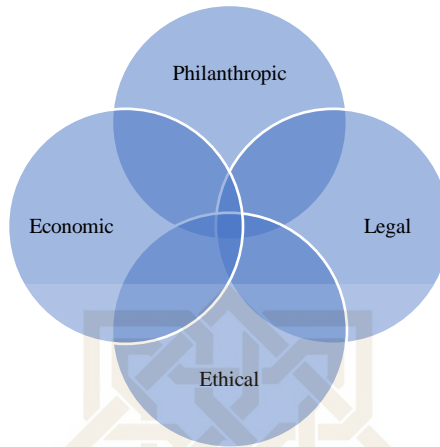
Menurut Schwartz dan Carroll model *CSR Intersecting Circles* menggabungkan beberapa parameter hirarki *CSR* dari Carroll yaitu aspek hukum, moral, ekonomi dan etika *CSR*. Selanjutnya Schwartz dan Carroll mengklaim bahwa tidak ada dari ketiga komponen tersebut yang lebih penting daripada komponen lainnya dalam *CSR*. Bisnis adalah usaha keuntungan, tetapi juga ciptaan sosial, untuk kelangsungan hidup dan berkembang, masyarakat harus bersedia bertahan, mentolerir atau mendukung. Sebuah bisnis mendapatkan dukungan melalui kewajiban dan tanggung jawab sosial dan hukum yang dipenuhinya.<sup>72</sup> Argumen untuk tiga tanggung jawab adalah bahwa melakukan kegiatan ekonomi tanpa tanggung jawab moral atau hukum tidak dapat diterima harus ada keterkaitan antara aspek tersebut seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2 di bawah ini.

---

<sup>71</sup> Repaul Kanji and Rajat Agrawal, 'Models of *Corporate Social Responsibility*: Comparison, Evolution and Convergence', *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 5.2 (2016): 141–55 <<https://doi.org/10.1177/2277975216634478>>.

<sup>72</sup> Maxwell Chufama and Yvonne Utaumire, 'A Review Of *Corporate Social Responsibility Theories and Models*', *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IX.3 (2021): 104–19 <<http://ijecm.co.uk/>>.

Gambar. 2  
CSR Model Lingkaran Berpotongan



Sumber: Geva Aviva 2008 (*Three models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between theory, research, and practice*)

Model ini berbeda dari model sebelumnya dalam dua hal utama: model ini mengakui potensi koneksi antara domain CSR dan menolak tatanan hierarkis yang penting. Sifat berpotongan dari domain CSR tidak dapat sepenuhnya ditangkap oleh kerangka piramida, juga tidak menunjukkan semua area potensi konflik di antara mereka. Timbal balik ini telah diakui sebagai aspek kunci dari CSR. Model ini mendukung gagasan bahwa semua domain CSR saling berhubungan dan tidak ada satu domain yang lebih signifikan atau penting dari yang lain. Secara khusus, tanggung jawab fiskal tidak selalu yang paling mendasar.<sup>73</sup>

Latar belakang dalam rumusan ini berfokus pada hubungan timbal balik utama di antara keempat tanggung jawab tersebut. Keterkaitan berarti bahwa mereka memiliki efek interaktif satu sama lain. Berbeda dengan studi piramida, model lingkaran berpotongan memecah hierarki kepentingan, tetapi mengklaim bahwa mereka memiliki posisi yang sama dan memajukan harmoni. Ini juga memiliki

<sup>73</sup> Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)....*

kemampuan untuk menyelesaikan konflik di antara tanggung jawab ini. Oleh karena itu, keunggulan luar biasa dari model ini adalah fleksibilitasnya. Alat Penelitian: Model tiga domain *Schwartz* dan *Carroll* adalah pendekatan penelitian utama yang diadopsi untuk model *Intersecting Circles*. Model ini merupakan upaya untuk mengembangkan domain CSR "lebih lengkap baik dalam hal apa arti atau implikasi masing-masing dan dalam hal kategori tumpang tindih yang diidentifikasi ketika tiga domain digambarkan dalam format diagram Venn".<sup>74</sup>

### 3. *Corporate Social Responsibility (CSR) Model Lingkaran konsentris*

Model CSR lingkaran konsentris diadaptasi dari deklarasi yang dikeluarkan oleh Komisi Pembangunan Ekonomi pada tahun 1971. Pernyataan tersebut berpendapat bahwa kontrak sosial untuk operasi bisnis tidak hanya layak, tetapi juga diperlukan secara moral, dan mendesak bisnis untuk mengambil pendekatan yang lebih manusiawi untuk peran mereka dalam masyarakat. Model asli komite hanya memiliki tiga cincin, *pertama*, ekonomi (lini produk, pekerjaan, kesehatan keuangan, dan pertumbuhan), *Kedua*, etis (tanggung jawab untuk menjalankan fungsi ekonomi sambil mempertahankan norma-norma etika), dan *ketiga*, filantropi (tanggung jawab untuk menjalankan fungsi ekonomi sambil mempertahankan norma-norma etika).

Tanggung jawab yang harus dilakukan oleh bisnis untuk memperbaiki lingkungan sosial. Menurut *Logsdon* dan *Wood*, CSR adalah konsep yang mendukung kontrol sosial bisnis yang berada dan beroperasi di dalam bisnis itu sendiri, dengan tujuan melindungi dan meningkatkan kesejahteraan publik serta kepentingan pribadi.<sup>75</sup> Di

---

<sup>74</sup> Aviva Geva, 'Three Models of *Corporate Social Responsibility*: Interrelationships between Theory, Research, and Practice', *Business and Society Review*, 113.1 (2008): 1–41.

<sup>75</sup> Repaul Kanji and Rajat Agrawal, 'Models of *Corporate Social Responsibility*: Comparison, Evolution and Convergence', *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 5.2 (2016): 141–55 <<https://doi.org/10.1177/2277975216634478>>.

satu sisi, pergeseran dari lingkaran luar ke lingkaran dalam mencerminkan kebutuhan masyarakat untuk melakukan kontrol atas standar aktivitas bisnis untuk memastikan perubahan progresif melalui operasi inti bisnis yang tepat. Di sisi lain, transisi dari dalam ke luar mewakili internalisasi harapan masyarakat yang ada dan beroperasi sebagai tanggung jawab afirmatif atau positif di dalam perusahaan.

Gambar. 3  
CSR Model Lingkaran Konsentris



Sumber: Geva Aviva 2008 (*Three models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships between theory, research, and practice*)

Latar belakang pada model lingkaran konsentris diperkenalkan oleh *Committee for Economic Development (CED)*, sebuah asosiasi pemimpin bisnis berpengaruh di Amerika pada tahun 1971. Model ini cukup mirip dengan dua model sebelumnya. Dibandingkan dengan model piramida, keduanya memiliki tanggung jawab ekonomi sebagai inti dan pondasi, dibandingkan dengan model lingkaran berpotongan, keduanya memiliki hubungan yang saling berinteraksi di antara keempat tanggung jawab. Namun, mereka juga memiliki banyak perbedaan. Berbeda dengan model piramida dan lingkaran berpotongan, model lingkaran konsentris menonjolkan saling ketergantungannya. Model lingkaran konsentris menjelaskan hubungan antara bisnis dan masyarakat dari dua perspektif: luar-dalam dan dalam-luar. Di luar berarti "konsep kontrol sosial yang sudah lama ada yang mengacu pada kebutuhan masyarakat untuk memaksakan beberapa standar perilaku pada aktivitas bisnis untuk

mempertahankan fungsi inti bisnis sebagai instrumen penting untuk kemajuan sosial." Bagian dalam ke luar mewakili "internalisasi norma sosial yang berada dan beroperasi di dalam bisnis itu sendiri sebagai tugas afirmatif atau positif. Itu mempertahankan bahwa semua tanggung jawab sosial perusahaan berbagi inti yang sama. Dari dua perspektif, jelas menjelaskan saling ketergantungan antara tanggung jawab.<sup>76</sup>

Adapun struktur lingkaran konsentris, itu "mewakili sistem hubungan inklusi daripada skema domain yang saling eksklusif. Dalam sistem lingkaran konsentris, setiap anggota lingkaran dalam juga merupakan anggota lingkaran luar yang lebih luas dan lebih inklusif, tetapi tidak sebaliknya". Dengan demikian, tanggung jawab dalam lingkaran konsentris memiliki hubungan interaktif. Misalnya, hukum dan etika. aspek praktik CSR dapat memengaruhi tanggung jawab ekonomi dan sebaliknya. Karena semua tanggung jawab berbagi konsep inti bersama dalam model lingkaran konsentris, alat pengukuran yang berbeda harus diadopsi. Analisis faset, teori klasifikasi modern, adalah salah satu metodenya. Ini adalah alat yang ampuh untuk melakukan penelitian tentang hubungan antara berbagai aspek dalam konstruksi.

#### **4. *Islamic Social Responsibility Index***

*Islamic Social Reporting (ISR)* pertama kali digagas oleh Ross Haniffa pada tahun 2002 dalam tulisannya yang berjudul "*Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective*".<sup>77</sup> Item-item berbasis syariah yang digunakan sebagai indikator untuk pelaporan realisasi bidang Sosial perusahaan. Terdapat lima tema yang digunakan dalam pengungkapan ISR yaitu Tema Pendanaan dan Investasi, Tema Produk dan Jasa, Tema Karyawan, Tema Masyarakat, dan Tema Lingkungan Hidup. Setiap tema pengungkapan memiliki sub-tema sebagai indikator pengungkapan tema tersebut. Ke-lima tema berserta sub-tema tersebut yaitu pendanaan investasi (*finance investmen*),

---

<sup>76</sup> Geva, 'Three Models of Corporate Social Responsibility...', 1–41.

<sup>77</sup> R Haniffa, 'Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective', *Indonesian Management & Accounting Research*, 1.2 (2002): 128–46.

produk dan jasa (*product and service*), karyawan (*employees*), masyarakat (*community involvement*), dan lingkungan hidup (*environment*).

*Pertama*, pendanaan investasi (*finance investmen*) dalam perspektif Islam mengandung tiga sub-tema yaitu riba, gharar, dan pengelolaan zakat. Praktik operasional yang mengandung riba (tambahan), artinya setiap tambahan atas suatu pinjaman baik yang terjadi dalam transaksi utang-piutang maupun perdagangan adalah riba<sup>78</sup>. Gharar (situasi dimana terjadi *incomplete information* karena adanya *uncertainty to both parties*). Praktik gharar dapat terjadi dalam empat hal yaitu kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan. Aktivitas pengelolaan zakat (Entitas syariah berkewajiban untuk mengeluarkan zakat dari laba yang diperoleh, dalam fikih kontemporer dikenal dengan istilah zakat perusahaan).

*Kedua* produk dan jasa (*product and service*) yang mengandung tentang status kehalalan produk yang digunakan dan pelayanan atas keluhan konsumen. *Ketiga* karyawan (*employees*) yang di dalamnya termuat beberapa hal yaitu jam kerja, hari libur, tunjangan untuk karyawan, serta pendidikan dan pelatihan karyawan. *Keempat* masyarakat (*community involvement*) yang memuat tentang Sedekah, Wakaf, dan Pinjaman kebajikan. Dan *Kelima*, lingkungan hidup (*environment*) mencakup tentang prinsip keseimbangan, prinsip kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan.

Pelaksanaan CSR yang berbasil *syari'ah* menuntut adanya sistem pelaporan yang tentunya juga berbasis *syari'ah*. ISR merupakan pilihan pelaporan CSR yang berbasis *syari'ah*. Menurut Othman dkk Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan realisasi bidang sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR

---

<sup>78</sup> Ali Sakti, *Analisis Teoritis Ekonomi Islam, Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modren* (Jakarta: AQSA-Publishing, 2007).

yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam.<sup>79</sup> Menurut Hanifa Indek ISR adalah perluasan dari *Social reporting* yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perspektif spiritual.<sup>80</sup>

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak mungkin terpisahkan dengan manusia lainnya. Manusia dalam kehidupannya di dunia memiliki kewajiban untuk senantiasa menjaga hubungan dengan Tuhan (pencipta), sesama manusia dan sesama makhluk ciptaan-Nya. Kewajiban manusia untuk menjaga dan melestarikan lingkungan ditegaskan dalam surah Al-Maidah ayat 32 yang berbunyi:

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَن قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا ۗ وَلَقَدْ جَاءَهُمْ رَسُولُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ لَمُسْرِفُونَ

Artinya:

*Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan di muka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak di antara mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan di muka bumi. (Q.S. Al-Maidah ayat 32).*

---

<sup>79</sup> Hafiez Sofyani and others, 'Islamic Social Reporting Index Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi Indonesia Dan Malaysia)', *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4.1 (2012): 36–46 <<https://doi.org/10.15294/jda.v4i1.1958>>.

<sup>80</sup> Rina Trisnawati, 'Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Jurnal Akuntansi Analisis Indonesia*, 16.2 (2012): 103–21.



Secara *harfiah* ayat ini sangat sejalan dengan konsep yang ada dalam *CSR*, yang mana kewajiban *CSR* mengharuskan kepada perusahaan untuk memperhatikan kehidupan sosial yang ada di sekelilingnya dengan tetap menjaga lingkungan. Islam mengajarkan untuk senantiasa berbagi kepada sesama khususnya kepada orang-orang yang memiliki kekurangan dan keterbatasan. Harta merupakan salah satu unsur penting penunjang dan wasilah keberlangsungan hidup manusia di dunia ini. Rambu-rambu untuk mencari rezeki dalam ajaran Islam telah diperjelas sebelumnya baik untuk mencari, mengelola, maupun menyalurkan harta tersebut. Tidak ada larangan dalam Islam untuk mencari dan mengumpulkan harta, tetapi ajaran Islam tidak membenarkan untuk serta-merta menumpuk harta, karena dalam Islam setiap harta yang dimiliki terdapat hak dan kewajiban yang harus ditunaikan.

Aktivitas manusia dalam melakukan pembangunan baik kepentingan umum maupun kepentingan pribadi sedapat mungkin diharapkan untuk tetap menjaga lingkungan lingkungan agar tetap dapat dimanfaatkan pada kehidupan generasi berikutnya. Membunuh orang lain tidak hanya menghilangkan nyawa seseorang dengan senjata tetapi membunuh juga dapat melalui kebijakan dan aktivitas yang mengakibatkan hilangnya kesempatan hidup. Aktivitas manusia mengeksplorasi sumberdaya daya yang apabila tidak memiliki kesadaran besar kemungkinan akan merusak keseimbangan yang berakibat pada generasi berikutnya yang kehabisan sumber untuk kehidupannya. Kesadaran untuk memperhatikan kebutuhan hidup manusia secara turun-temuran menjadi syarat penting yang diharapkan pada *CSR* berbasis *syariah*.

Kelestarian lingkungan adalah tanggungjawab setiap manusia yang dalam sehari-harinya melakukan aktivitas untuk mencukupi kebutuhannya. Manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki perasaan, secara syariat Islam memiliki tanggungjawab untuk turut serta dalam meringankan beban sesamanya yang kekurangan. Upaya manusia dalam memperoleh apa yang menjadi kebutuhannya memiliki aturan yang tertanam kuat dalam ajaran Islam. Meskipun tidak ada hukum dalam Islam yang secara eksplisit mengatur tentang

CSR, tetapi Islam menjalankan bisnis yang berkaitan dengan CSR memiliki beberapa prinsip-prinsip yaitu: upaya untuk menjaga lingkungan dan melestarikannya, upaya untuk menghapus kemiskinan, mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor walaupun mendatangkan keuntungan yang lebih besar, serta jujur dan amanah.<sup>81</sup> Perhatian ajaran Islam terhadap moral dalam aktivitasnya sangat mengedepankan nilai-nilai kemuliaan. Tuntutan untuk senantiasa bertindak jujur menjadi keharusan. Manusia diharapkan untuk selalu amanah dalam setiap tindakannya meskipun terdapat peluang untuk memperoleh hasil yang lebih besar apabila bepaling dari syariat.

Ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-sunnah melahirkan kepekaan sosial dalam diri setiap penganutnya. Hukum sosial atau yang secara umum dikenal dengan sebutan norma sosial menyadarkan manusia untuk senantiasa berbagi dan saling menjaga. Perspektif hukum Islam tentang CSR merupakan salah satu bentuk implementasi fikih sosial yang dilakukan oleh perusahaan.<sup>82</sup> Dalam perspektif Islam, menjadikan CSR sebagai konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam itu sendiri. *Maslahah* menjadi tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) dan bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Dapat dicontohkan misalnya, aktivitas CSR di perbankan syariah yang melekat secara *inheren* sebagai konsekuensi kebersandaran bank syariah pada ajaran Islam menjadi sisi berbedah dengan bank konvensional dimana orientasi bisnis dan orientasi sosialnya tidak dapat dipisahkan secara dikotomis.<sup>83</sup> Pengelolaan CSR pada bank *syari'ah* mestinya berpedoman secara penuh pada kaidah-kaidah hukum dalam Islam.

---

<sup>81</sup> Setiawan bin Lahuri, 'Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam', *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 7.2 (2013): 219–38.

<sup>82</sup> Sugeng Santoso, 'Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional Dan Fiqh Sosial', *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 4.1 (2016): 81–104 <<https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.1.81-104>>.

<sup>83</sup> Ali Syukron, 'CSR Dalam Perspektif Islam Dan Perbankan', *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5.1 (2015): 1–22.

Orientasi bisnis sepenuhnya mengarahkan manusia kepada bagaimana memperoleh hasil yang maksimal dari setiap aktivitas, sedangkan orientasi sosial menggiring manusia pada pemanfaatan dari hasil yang terkumpul. Manfaat langsung dari aktivitas sosial memang sulit untuk diterjemahkan dan dilihat secara kasat mata. Keimanan manusia menjadi satu-satunya tolak ukur untuk mengetahui manfaat dari aktivitas sosial dalam hal ini pengungkapan tanggung jawab sosial. Secara ekonomi *syariah*, kehidupan manusia yang tidak berkecukupan menjadi tanggung jawab orang-orang yang berada untuk menghidupinya.

Syariat Islam (*Maqashid al syariah*) membangun keyakinan manusia untuk menyadari bahwa segala sesuatu yang dimilikinya adalah milik Allah yang dititipkan kepadanya. Maka dari itu, tidak semua harta yang diperoleh seseorang menjadi miliknya, tetapi di dalamnya terdapat hak-hak orang lain. Tujuannya ialah agar hubungan antar sesama manusia tetap terjalin, karena tidak ada aturan yang diturunkan oleh Allah yang mensyaratkan bahwa harta itu hanya beredar pada kalangan tertentu (kaya) saja. Setiap harta yang diperoleh semestinya menambah ketaqwaan manusia kepada tuhan-Nya. Dalam Al-Qur'an Surah Al-Hasyr ayat 7 Allah telah memberikan petunjuk kepada manusia yang berkaitan perolehan dan kepemilikan harta. Manusia diharapkan agar senantiasa mempergunakan apa yang dimilikinya dengan maksud dan tujuan untuk memperoleh ridho-Nya.

Tanggungjawab sosial perusahaan sejatinya dapat dimaknai sebagai jalan beribadah untuk senantiasa meningkatkan derajat manusia yaitu derajat taqwa sebagai derajat yang termuliah. Semangat untuk berbagi kepada sesama dan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya serta tetap menjaga kelestarian lingkungan merupakan semangat *CSR* yang sekaligus juga merupakan kewajiban setiap hamba dalam ajaran Islam.

Dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 177 Allah telah berfirman:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ  
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَىٰ حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ  
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى  
الزَّكَاةَ وَالْمُؤْتُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ  
الْبَأْسِ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

Artinya:

*Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa". (QS. Al-Baqarah:177).*

Komitmen perusahaan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosial menjadi kontrak atau janji yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan. Ketekunan manusia dalam menunaikan ibadah (shalat) bukan menjadi ukuran ketaqwaan berdasarkan ayat di atas. Manusia memiliki banyak kewajiban termasuk di dalamnya menepati janji yang sudah menjadi komitmen awal, dan juga membelanjakan (memberikan) harta kepada orang-orang tertentu sesuai ketentuan Allah. Beriman berarti mengikuti segala apa yang menjadi ketentuan Allah yaitu dengan tidak mengingkari segala apa yang telah tertuang dalam Al-Qur'an dan Sunnah sebagai sumber hukum utama. Praktik CSR awalnya dilaksanakan oleh negara-negara barat, namun saat ini telah menembus kawasan timur. Uni Emirate Arab (UEA) juga telah

mengadopsi dan mempraktikkan *CSR* pada kegiatan perusahaan. Beberapa *CSR* yang disorot oleh perusahaan termasuk mengikuti peraturan secara efektif dan efisien, mengadopsi proses bisnis yang ramah lingkungan, menyelenggarakan seminar, dan menciptakan kesadaran akan konsep di antara rekan-rekannya. Meskipun *CSR* semakin matang di Timur Tengah, perusahaan UEA perlu meningkatkan *CSR* untuk bersaing dengan praktik yang telah menjadi standar *CSR* di negara-negara barat. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah dan organisasi lokal telah secara ketat menegakkan etika bisnis dan peraturan lingkungan untuk mendukung pertumbuhan *CSR* di negara ini.<sup>84</sup>

Dukungan dari semua pihak sangat dibutuhkan dalam rangka pencapaian tujuan *CSR* yang maksimal. Selain pemahaman tentang *CSR* yang penting, dibutuhkan juga adanya peraturan/hukum yang mengikat pelaksanaannya. Umumnya peraturan/hukum yang mengatur kebijakan menjadi sumber dasar yang mengikat kewajibannya. Syariat Islam yang mengatur tentang *CSR* sumber utamanya dari Al-Qur'an dan Hadits nabi dan tetapkan dengan memperhatikan keutuhan *syari'ah* tanpa diikuti nafsi duniawi.

Untuk menganalisis model *CSR* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan menggunakan tiga model di atas dengan pendekatan *syari'ah* menggunakan *Islamic Social Responsibility indeks (ISRI)*, maka perbandingan dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>84</sup> Badreya Al-Jenaibi, 'Corporate Social Responsibility: Case Study in UAE Organizations', *International Journal of Knowledge Society Research*, 8.4 (2017): 85–100 <<https://doi.org/10.4018/ijksr.2017100105>>.

Tabel. 1  
Perbandingan Model CSR

Perbandingan Model CSR	Pyramid	Intersecting Circles	Concentric Circles	ISRI
Urutan kepentingan	Hirarki: tanggung jawab ekonomi pertama	Tidak ada pesanan tertentu	sistem inklusi; tanggung jawab ekonomi pada intinya	Komitmen dan kewajiban
Lingkup tanggung jawab	Sempit	Membelah	Lebar	Menyeluruh
Peran filantropi	Bebas	Dimasukkan dalam tanggung jawab lain	Integral dengan desain kebijakan	Bagian dari ibadah
indeks sosial	Sedang	Rendah	Tinggi	Tinggi
indeks lingkungan	Sedang	Rendah	Sedang	Tinggi

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini menjelaskan tentang model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis yang dilihat melalui implementasinya pada 3 (tiga) perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Jenis penelitian dalam studi ini menggunakan metode kualitatif untuk menghasilkan sebuah temuan berdasarkan fakta lapangan.<sup>85</sup> Penelitian ini dilakukan dengan upaya untuk memahami fenomena yang terjadi yang terjadi di lokasi penelitian yang sesuai dengan kenyataan dan cenderung apa adanya.<sup>86</sup> Fakta tersebut diarahkan untuk memahami model CSR perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan melalui pemahaman tentang

<sup>85</sup> Anselm Starrauss and Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Ed.M.Djunaidi Ghony (Surabaya: PT. Bima Ilmu, 1997).

<sup>86</sup> Robert Bogdan and Sari Knop Biklen, *Qualitatif Research For Education: An Introduction To Theories and Methods* (Boston: Allyn And Bacon, 1992).

motivasi, perilaku, dan komitmen terhadap kewajiban sosial tersebut. Dipilihnya metode kualitatif karena yang diupayakan dalam penelitian adalah mengetahui model *CSR* yang dijalankan pada perusahaan milik saudagar Bugis. Kajian kualitatif memberikan peluang kepada peneliti untuk mengkaji lebih dalam seputar implementasi *CSR* dan berbagai fenomena dan dampak yang dihasilkan. Peneliti menjadikan 3 (tiga) perusahaan milik saudagar Bugis sebagai subjek yang menjadi rujukan pandangan tentang *CSR* secara keseluruhan di Sulawesi Selatan.

Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya.<sup>87</sup> Penelitian ini menggunakan desain studi kasus eksplorasi kualitatif untuk melakukan penelitian ini berawal dari pertimbangan praktis tentang sifat masalah, jawaban yang dicari, dan keadaan untuk melakukan penelitian. Untuk memahami fenomena ini, metode kualitatif menawarkan pilihan atau strategi yang ideal, karena penelitian membutuhkan *setting* dunia nyata termasuk pandangan individu dan kolektif manajemen mengenai sistem pelaksanaan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Desain studi kualitatif memungkinkan setiap pihak yang terlibat untuk memberikan pandangan mereka tentang model yang digunakan perusahaan yang melibatkan berbagai stakeholder.

Secara umum, pendekatan studi kasus ini dapat menggambar model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis. Model tersebut menjadi pilihan perusahaan dalam menggunakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Sulawesi Selatan. Untuk memahami model *Corporate Social Responsibility (CSR)* maka peneliti memfokuskan pengamatan kepada urutan kepentingan dalam kebijakan *CSR*, lingkup tanggung jawab peran filantropi dalam *CSR*, indeks sosial, indeks lingkungan, tata kelolah

---

<sup>87</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).

organisasi, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, isu konsumen, dan keterlibatan dan pengembangan masyarakat. Keseluruhan dari fenomena tersebut dapat menjadi dasar untuk merefleksikan perilaku dan model yang menjadi pilihan perusahaan milik saudagar Bugis dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Peneliti berupaya untuk menghimpun setiap data dan informasi yang diperoleh melalui informan yang selanjutnya distrukturkan maknanya untuk memahami model *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diimplementasikan.

Penelitian studi kasus bermanfaat untuk mengetahui tindakan individu atau kelompok secara langsung yang selanjutnya menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan. Sementara itu tindakan individu maupun kelompok tersebut menggambarkan aktivitas *CSR* yang dilaksanakan pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Tindakan-tindakan tersebut bersifat empiris yang dapat ditangkap oleh peneliti. Upaya untuk menafsirkan setiap makna tersirat yang bersumber dari informan maka peneliti membutuhkan alat bantu. Terkait dengan alat bantu tersebut, dalam penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut *Moleong*, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>88</sup>

Pendekatan kualitatif tersebut membantu peneliti dalam mengumpulkan berbagai data yang dibutuhkan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu yang cukup lama yaitu kurang lebih 3 tahun lamanya yaitu antara September 2019 hingga desember 2022. Lamanya waktu yang disebabkan oleh adanya wabah Covid-19 yang memaksakan keadaan untuk membatasi aktivitas sosial. Sejak diterbitkannya surat izin penelitian pada Oktober 2019 peneliti sudah memulai aktivitas membangun jaringan kepada ketiga perusahaan

---

<sup>88</sup> *Ibid.*



yang menjadi lokasi penelitian. Sejak ditetapkannya Covid-19 sebagai pandemi pada awal tahun 2020 maka sejak itu pula aktivitas penelitian ini mulai vakum dan hanya dapat memperoleh data dan informasi melalui online dan komunikasi yang sempit dengan teman dan keluarga yang memiliki koneksi ke perusahaan.

Adapun informan kunci yang berhasil ditemui yaitu Kurniawan Jaya dari PT. Kalla group, Marini dari PT. Bosowa corp, dan Faisal Syam dari PT. Fajar Group. Selain informan kunci tersebut peneliti juga melakukan wawancara dengan berbagai informan lainnya yang terdiri atas karyawan, kepala unit usaha. Untuk wawancara dengan masyarakat dalam penelitian ini peneliti membagi menjadi dua kelompok yaitu masyarakat penerima manfaat dan masyarakat penerima dampak. Penerima manfaat adalah kelompok masyarakat yang menjadi penerima manfaat dari program CSR perusahaan, sedangkan penerima dampak adalah kelompok masyarakat yang ada di sekitaran wilayah operasional perusahaan yang menerima dampak termasuk di dalamnya limbah dari aktivitas produksi perusahaan.

Pembagian kelompok tersebut didasarkan pada program CSR perusahaan yang diperluas untuk menjangkau semua daerah sedangkan daerah operasional bisnis dan produksinya terkesan kurang mendapatkan perhatian. Adapun observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meninjau langsung pelaksanaan CSR ketiga perusahaan tersebut ke lokasi dan melakukan penyesuaian informasi dengan dengan objek pelaksanaan kegiatan CSR yang tidak sempat peneliti hadir secara langsung. Berbagai tantangan yang menjadi pengalaman peneliti di antaranya tidak adanya ruang serta akses untuk menemui pemilik (*owner*) perusahaan dan memperoleh laporan keuangan perusahaan khususnya besaran CSR masing-masing perusahaan.

## **2. Sumber Data dan Jenis Data**

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu data primer dan data skunder. Data primer merupakan data utama penelitian yang diperoleh langsung menjadi acuan untuk menyusun model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik

saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Selanjutnya, data primer merujuk pada informan dengan dua kriteria yaitu Memiliki kapasitas dalam pengambilan keputusan tentang CSR pada perusahaan dan terlibat sebagai pengelola dan penerima manfaat. Informan utama dalam penelitian ini yaitu direktur atau kepala lembaga yang membidangi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada masing-masing perusahaan yang dipilih.

Data sekunder yaitu dokumen-dokumen, berita melalui media (cetak dan online) artikel dan tulisan yang memiliki keterkaitan dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini sebagai bahan untuk melengkapi kebutuhan data. Dengan demikian, maka dua sumber data ini dapat melengkapi kebutuhan data serta menjadi dasar dalam mengungkapkan model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.<sup>89</sup> Setelah penentuan sumber data, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini berlangsung cukup lama yaitu sekitar kurang lebih 3 tahun dari sejak tahun 2019 hingga 2022 termasuk di dalamnya penulisan laporan penelitian yang menyita waktu lama. Lamanya masa pengumpulan data tersebut tidak terlepas dari banyaknya kesibukan peneliti itu sendiri dan sulitnya mendapatkan data yang akurat dari lokasi penelitian. Kesulitan utama memperoleh data akurat disebabkan oleh adanya program pembatasan aktivitas akibat dari pademi COVID-19. Pembatasan aktivitas sosial tersebut menjadi hambatan terbesar peneliti dalam melakukan aktivitas observasi lapangan dan wawancara informan. Dampak utama dari kesulitan tersebut yaitu peneliti lebih banyak menggali informasi dari sumber media online.

---

<sup>89</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Observasi dilakukan pada aktivitas perusahaan berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada tiga perusahaan yang menjadi pilihan dalam penelitian. Berbagai macam observasi yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu observasi lingkungan sekitar wilayah operasional perusahaan, observasi ke lokasi program desa binaan masing-masing perusahaan, observasi langsung pada pelaksanaan program *CSR* perusahaan, dan berbagai bentuk observasi lainnya khususnya yang berbentuk insidental seperti aktivitas perusahaan dalam memberikan santunan kepada panti asuhan dan aktivitas perusahaan dalam program tanggap darurat bencana.

Untuk mendalami praktik tersebut penelitian selanjutnya melakukan wawancara terhadap informan. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti hingga penelitian selesai yaitu direksi atau kepala lembaga dalam struktur Yayasan dan perusahaan yang membidangi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di setiap perusahaan. Selain itu peneliti juga melakukan wawancara kepada kepala atau biro humas unit usaha dan masyarakat penerima, baik penerima manfaat maupun penerima dampak. Penanggungjawab *CSR* PT. Kalla Group berada pada Yayasan Hadji Kalla dan peneliti melakukan wawancara kepada bapak Kurniawan Jaya selaku kepala bidang yang bertanggungjawab. Pada PT. Bosowa Corp peneliti melakukan wawancara kepada ibu Marini selaku penanggungjawab program *CSR* dalam Yayasan Bosowa peduli. Sedangkan pada PT. Fajar peneliti melakukan wawancara kepada bapak Faisal Syam selaku kepala lembaga yang membidangi program *CSR* perusahaan. Selain dari ketiga kunci informan tersebut peneliti juga melakukan wawancara kepada berbagai elemen stakeholder dan masyarakat seperti aktivis pemerhati lingkungan, karyawan dan masyarakat baik sebagai penerima manfaat maupun sebagai penerima dampak.

Berbagai elemen yang diwawancara di antaranya Abdul Jabbar (ketua komunitas *pappulung aroppoe*), Sudarman (kepala cabang unit usaha Kalla), Antomius (warga penerima dampak), orang tua karyawan Trans Studio Makassar, Wahida Ahmad (aktivis gender), Maryati (karyawan), Sudirman (humas unit usaha), Burhanuddin

(karyawan). Narasumber tersebut merupakan perwakilan dari setiap elemen-elemen masyarakat yang diwawancarai.

Selanjutnya dokumentasi dibutuhkan untuk mendukung dan menguatkan serta pembuktian bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan di Sulawesi Selatan dengan memilih tiga perusahaan milik saudagar Bugis. Ketiga teknik tersebut memiliki saling keterkaitan dan saling mendukung dalam membentuk data yang valid dan otoritatif. Setelah semua data terkumpul, selanjutnya data diuji untuk menemukan kebenaran data dan meminimalisir terjadinya kesalahan. Meski pada dasarnya kesalahan tidak dapat dihindarkan, tetapi semaksimal mungkin data kesalahan itu dapat dimimalisir. Sebelum memasuki tahapan analisis data terlebih dahulu dilakukan verifikasi dengan cara, a) memeriksa representasi data, yaitu menguji sejumlah temuan di lapangan dengan memilah data secara sistematis; b) memberikan kode kepada setiap data yang diperoleh berdasarkan informan dengan kapasitas yang sesuai; c) triangulasi teori atau temuan data, yaitu membandingkan dan menguji dengan teori lain atau data lain. Pada tahapan ini, triangulasi dilakukan dengan tidak hanya terbatas kepada teori tetapi juga kepada sumber yang membandingkan antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Penelitian kualitatif memiliki sifat tersendiri yaitu analisis datanya yang terbuka dan induktif.<sup>90</sup> Analisis data terbuka maksudnya adalah terbuka untuk melakukan perubahan, perbaikan, dan penyempurnaan berdasarkan data yang baru masuk. Induktif yaitu berangkat dari bukti empiris yang berkaitan dengan implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan. Data yang ada dalam penelitian ini dianalisis secara *reflective thinking* yaitu menganalisis secara kritis sumber informasi.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan proses untuk mengatur urutan data, mengorganisasikan data kedalam

---

<sup>90</sup> S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik-KUalitatif* (Bandung: Tarsito, 1996).

satu pola, kategorisasi, dan satuan uraian dasar atas data yang ada. Dalam studi ini merupakan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan maupun aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan yang diamati. Kegiatan analisis data dilakukan secara bersamaan dalam proses pencarian model *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ada di Sulawesi Selatan.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus yang membutuhkan 5 (lima) tahap yaitu deskripsi, *horizontalitation*, *cluster of meaning*, deskripsi esensi, dan interpretasi data.<sup>91</sup>

## **H. Sistematika Pembahasan**

Laporan hasil penelitian yang telah disusun dalam disertasi ini dengan sistematika sebagai berikut, pada Bab I termuat pendahuluan yang berisikan pembahasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II memuat tentang dinamika terbentuknya perusahaan saudagar Bugis dengan mencakup masa kolonialisme sampai Indonesia modern dan saudagar Bugis keluarga Yusuf Kalla serta perusahaannya, sedangkan pada Bab III membahas tentang kebijakan dan model program *CSR* perusahaan saudagar Bugis yang mencakup kebijakan dan model program *CSR* PT. Kalla Group, kebijakan dan model program *CSR* PT. Bosowa Group dan kebijakan dan model program *CSR* PT. Fajar Group

Bab IV memuat tentang model *CSR*, tantangan dan perubahan masyarakat yang memuat tentang model *CSR*, tantangan *CSR*, dan perubahan masyarakat yang memuat tentang Model *CSR*, tantangan *CSR* dan perubahan masyarakat, sedangkan pada Bab V membahas tentang penutup yang mencakup kesimpulan dan saran, kemudian yang terakhir daftar pustaka.

---

<sup>91</sup> John Creswell, *Riset Pendidikan Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*. (Yogyakarta. Pustaka Pelajar, 2015).



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan atas hasil analisis data dan pembahasan maka hasil penelitian ini dapat menarik kesimpulan yaitu:

1. Alokasi dana *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang sangat rendah berdasarkan perhitungan omset tahunan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan, maka model *CSR* yang diterapkan tidak seragam pada semua perusahaan. PT. Kalla Group lebih cenderung menggunakan model piramida meskipun tidak seutuhnya karena perusahaan tersebut menggunakan agama sebagai landasan atau prioritas utamanya sedangkan model piramida memilih ekonomi sebagai prioritas. Selanjutnya PT. Bosowa cenderung menggunakan model lingkaran terpusat. Adapun alasan penggunaan model tersebut karena Bosowa memberikan ruang kepada setiap anak perusahaan atau unit usaha untuk menjalankan program *CSR*, sementara perusahaan induk melalui Yayasan Bosowa Peduli fungsinya lebih kepada memayungi sebagai simbol perusahaan secara menyeluruh. Model lingkaran terpusat yang digunakan PT. Bosowa menempatkan agama sebagai pusat atau inti dari aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Sedangkan PT. Fajar lebih cenderung menggunakan model piramida. Model tersebut menjadi pilihan karena PT. Fajar mengelola langsung *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui salah satu lembaga dalam struktur perusahaan. Adapun yang menjadi Skala prioritas pada program *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan yaitu Agama. Berdasarkan atas pilihan tersebut maka disimpulkan bahwa model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan tidak mengikut atau menarapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* berdasarkan pada salah satu model

yang sudah ada, melainkan menggabungkan sistem dari beberapa model.

2. Implementasi model *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan tidak memiliki keseragaman pada semua perusahaan. PT. Kalla Group menyerahkan sepenuhnya *Corporate Social Responsibility (CSR)* kepada Yayasan Hadji Kalla. Selanjutnya PT. Bosowa menyerahkan urusan *Corporate Social Responsibility (CSR)* kepada setiap anak perusahaan atau unit usahanya dengan tetap menjadi Yayasan Bosowa Peduli sebagai induk atau yang memayungi setiap *Corporate Social Responsibility (CSR)* atas perusahaan. Sedangkan PT. Fajar menjalankan *Corporate Social Responsibility (CSR)* secara langsung melalui salah satu lembaga dalam struktur organisasi perusahaan.

## **B. Saran**

Berdasarkan atas kesimpulan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu:

1. Model *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang ideal pada perusahaan milik saudagar Bugis di Sulawesi Selatan yaitu model *concentric intersecting circles*. Model ini menjadi pilihan untuk mewujudkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan lebih tepat sasaran dan sesuai dengan maksud dari *CSR* itu sendiri. Model ini ditawarkan sebagai alternatif atas keyakinan dan keinginan perusahaan untuk menjadikan agama sebagai sentral dan dasar kebijakan *CSR* serta nilai-nilai kearifan lokal yang melekat didalamnya. Agama (*religie*) yang memberikan irisan kepada ekonomi (*profit*), sosial dan budaya (*people*) dan lingkungan hidup (*planet*), menjadikan agama sebagai titik sentral menjadi ciri khas tersendiri dalam pelaksanaan *CSR*, tetapi perusahaan harus terlebih dahulu memisahkan antara kewajiban zakat dan kewajiban *CSR*.



2. Implementasi model *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebaiknya menggunakan sistem *distributed holding* yaitu memberikan ruang kepada setiap unit usaha (anak perusahaan) untuk merancang, menetapkan dan melaksanakan *CSR* secara mandiri. Adapun Yayasan atau lembaga perusahaan melakukan pengawasan dan sekaligus memayungi sebagai simbol perusahaan induk. Pilihan model ini bertujuan menjadikan *CSR* lebih tepat sasaran, karena kondisi lingkungan, masyarakat dan sosial ekonomi sekitar wilayah operasional hanya dapat dipahami oleh unit usaha (anak perusahaan) itu sendiri. Selain ini diharapkan agar terdapat pemisahan yang jelas antara *CSR* dan Zakat perusahaan.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya agar lebih memfokuskan penelitian pada bagaimana implementasi *CSR* yang dilaksanakan pada masing-masing anak perusahaan atau unit usaha. Penelitian ini menemui kesulitan dalam menjabarkan *CSR* perusahaan secara keseluruhan karena adanya kebijakan perusahaan untuk memberikan hak kepada setiap anak perusahaan (*holdings*) untuk melaksanakan *CSR*. Kelemahan yang paling nampak berdasarkan penelitian ini adalah tidak adanya hubungan tanggungjawab terkait *CSR* antara anak perusahaan atau unit usaha dengan Yayasan sebagai penanggungjawab *CSR* perusahaan.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Jasni, 'Bugis Di Kedah 1600-1800: Suatu Tinjauan Awal', *Proceedings of The ICECRS*, 1 (2016): 81–84 <<https://doi.org/10.21070/piccrs.v1i1.579>>
- Al-Jenaibi, Badreya, 'Corporate Social Responsibility: Case Study in UAE Organizations', *International Journal of Knowledge Society Research*, 8 (2017): 85–100 <<https://doi.org/10.4018/ijksr.2017100105>>
- Alvarado-Herrera, Alejandro, Enrique Bigne, Joaquín Aldas-Manzano, and Rafael Curras-Perez, 'A Scale for Measuring Consumer Perceptions of Corporate Social Responsibility Following the Sustainable Development Paradigm', *Journal of Business Ethics*, 140 (2017). <<https://doi.org/10.1007/s10551-015-2654-9>>
- Amatulli, Cesare, Matteo De Angelis, Daniel Korschun, and Simona Romani, 'Consumers' Perceptions of Luxury Brands' CSR Initiatives: An Investigation of the Role of Status and Conspicuous Consumption', *Journal of Cleaner Production*, 194 (2018). <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.05.111>>
- Ansar, Umi Farida, Muhammad Yahya, Yusriadi Yusriadi, and Saidna Zulfiqar Bin-Tahir, 'Institutional Economic Analysis of Bugis Merchants in the Inter-Island Trade', *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8 (2019).
- Ashrafi, M., M. Adams, T. R. Walker, and G. Mignan, "How Corporate Social Responsibility Can Be Integrated into Corporate Sustainability: A Theoretical Review of Their Relationships", *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 25 (2018): 671–81 <<https://doi.org/10.1080/13504509.2018.1471628>>

- Aulia, Dzaki, Aminuddin Ilmar, and Zulkifli Aspan, 'Relasi Hak Asasi Manusia Dan Tanggung Jawab Hukum Perusahaan Pengolahan Dan Pemurnian Nikel Dzaki', *Al-Azhar Islamic Law Review*, 2 (2020): 66–77
- Banerjee, Subhabrata Bobby, 'Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly', *Critical Sociology*, 34 (2008): 51–79 <<https://doi.org/10.1177/0896920507084623>>
- Baskentli, Sara, Sankar Sen, Shuili Du, and C. B. Bhattacharya, 'Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility: The Role of CSR Domains', *Journal of Business Research*, 95 (2019): 502–13 <<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.046>>
- Bing Bedjo Tanudjaja, 'Perkembangan Corporate Social Responsibility Di Indonesia', *Nirmana*, 8 (2006).
- Bogdan, Robert, and Sari Knop Biklen, *Qualitatif Research For Education: An Introduction To Theories and Methods* (Boston: Allyn And Bacon, 1992)
- Brin, Pavlo, and Mohamad Nassif Nehme, 'Corporate Social Responsibility: Analysis of Theories and Models', *EUREKA: Social and Humanities*, 5 (2019): 22–30 <<https://doi.org/10.21303/2504-5571.2019.001007>>
- Buyanaya, Hyronimus, 'Pengawasan Ketenagakerjaan Dan Prinsip Goog Governanve', *Jurnal Proyuris*, 2 (2020).
- Cheng, Beiting, Ioannis Ioannou, And George Serafeim, 'Corporate Social Responsibility And Access To Finance', *Strategic Management Journal*, 35 (2014): 1–23 <<https://doi.org/10.1002/smj>>
- Chufama, Maxwell, and Yvonne Utaumire, 'A Review Of Corporate Social Responsibility Theories And Models', *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IX (2021). <<http://ijecm.co.uk/>>

Creswell, John, *Riset Pendidikan Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Evaluasi Riset Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar, 2015

Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Pemberdayaan Kaum Duafa* (Jakarta: : Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2008)

Djamaluddin, Musdalifah, Andi Agustang, Andi Muhammad Idkhan, and Rifdan, 'Pengaruh Implementasi *Corporate Social Responsibility* PT. Vale Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat', *Journal Governance and Politics (JGP)*, 1 (2021)

<<https://jurnal.iyb.ac.id/index.php/jgp/article/view/200>>

Foundation, Bosowa, 'Lingkungan Hidup', 2021  
<<https://Bosowafoundation.org/Bosowa-peduli/lingkungan-hidup/>> [accessed 4 August 2021]

———, 'Tanggap Darurat', 2021  
<<https://Bosowafoundation.org/Bosowa-peduli/tanggap-darurat/>> [accessed 4 August 2021]

Galbreath, Jeremy, and Paul Shum, 'Do Customer Satisfaction and Reputation Mediate the *CSR-FP* Link? Evidence from Australia', *Australian Journal of Management*, 37 (2012).  
<<https://doi.org/10.1177/0312896211432941>>

Geva, Aviva, 'Three Models of *Corporate Social Responsibility*: Interrelationships between Theory, Research, and Practice', *Business and Society Review*, 113 (2008).

Grindle, Meriles s, *Politics and Policy Implementation in the Third World* (Princeton University Press, New Jersey, 1980)

Haniffa, R, 'Social Reporting Disclosure: An *Islamic Perspective*', *Indonesian Management & Accounting Research*, 1 (2002).

Hasanuddin, 'Perdagangan Orang Bugis Di Kawasan Teluk Tomini Masa Kolonial Belanda', *Patrawidya*, 18 (2017).  
<<http://patrawidya.kemdikbud.go.id/index.php/patrawidya/article/view/41>>

'[Http://Www.Bosowa.Co.Id/Grup\\_usaha](http://www.bosowa.co.id/grup_usaha)'

'[Http://Www.Bosowa.Co.Id/Proyek\\_perintis](http://www.bosowa.co.id/proyek_perintis)'

'[Http://Www.Tokoh-Indonesia.Com/Ensiklopedi/j/Jusuf-Kalla/Biografi/Bio-02.Shtml](http://www.tokoh-indonesia.com/ensiklopedi/j/jusuf-kalla/biografi/bio-02.shtml)'

HUSSIN, NORDIN, 'Pedagang Bugis Dan Kuasa Eropah Di Selat Melaka, 1500-1800', *Sari*, 26 (2008).

'International Labour Organization (ILO): Social Justice Declaration. 2008'

Ismail, Maimunah, Siti Noormi Alias, and Roziah Mohd Rasdi, 'Community as Stakeholder of the *Corporate Social Responsibility* Programme in Malaysia: Outcomes in Community Development', *Social Responsibility Journal*, 11 (2015), 109–30 <<https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2013-0053>>

Ismainingtyas, Berty, Bambang Suryono, and W Wahidahwati, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*', *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23 (2020): 1–23 <<https://doi.org/10.35591/wahana.v23i1.183>>

ISO26000, 'International Standard', *61010-1* © *Iec:2001*, 2003 (2003), 13

Jackson, Aimee, Katherine Boswell, and Dorothy Davis, 'Sustainability and Triple Bottom Line Reporting – What Is It All About?', *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 1 (2011).

Jammulamadaka, Nimruji, 'The Responsibility of *Corporate Social Responsibility* in SMEs', *International Journal of Organizational Analysis*, 21 (2013): 385–95 <<https://doi.org/10.1108/IJOA-Mar-2012-0566>>

- Joseph Joseph, Corina, Juniati Gunawan, Yussri Sawani, Mariam Rahmat, Josephine Avelind Noyem, and Faizah Darus, 'A Comparative Study of Anti-Corruption Practice Disclosure among Malaysian and Indonesian *Corporate Social Responsibility (CSR)* Best Practice Companies', *Journal of Cleaner Production*, 112 (2016): 2896–2906 <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.10.091>>
- Jouini, Fathi, Aymen Ajina, and Abdelkader Derbali, 'Corporate Governance and *Corporate Social Responsibility*', *International Journal of Management and Enterprise Development*, 17 (2018). <<https://doi.org/10.1504/IJMED.2018.090841>>
- Kalla.co.id, 'Raih Penghargaan Top CSR, KALLA Konsisten Laksanakan Ragam Program Di 4 Provinsi', *Kalla A Group Of Companies*, 2022 <<https://www.kalla.co.id/id/raih-penghargaan-top-CSR-kalla-konsisten-laksanakan-ragam-program-di-4-provinsi>>
- Kallagroup, '70 Tahun Kalla Group; Aktif Bersama, Maju Bersama' <<https://kallagroup.co.id/id/tentang-kami/presdir-speech>> [accessed 5 April 2022]
- , 'Bisnis' <<https://kallagroup.co.id/id/tentang-kami/bisnis>> [accessed 5 April 2022]
- , 'Embrace the Future with Jalan KALLA' <<https://kallagroup.co.id/id/kallaway>> [accessed 5 April 2022]
- , 'Sejarah/Milestone' <<https://kallagroup.co.id/id/tentang-kami/sejarah-milestone-kalla>> [accessed 5 April 2022]
- Kanji, Repaul, and Rajat Agrawal, 'Models of *Corporate Social Responsibility*: Comparison, Evolution and Convergence', *IIM Kozhikode Society & Management Review*, 5 (2016): 141–55 <<https://doi.org/10.1177/2277975216634478>>

- Kitzmüller, Markus, and Jay Shimshack, 'Economic Perspectives on *Corporate Social Responsibility*', *Journal of Economic Literature*, 50 (2012): 51–84 <<https://doi.org/10.1257/jel.50.1.51>>
- Kriyantono, Rachmat, 'Public Relations and *Corporate Social Responsibility* in Mandatory Approach Era in Indonesia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 211 (2015), 320–27 <<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.041>>
- Lahuri, Setiawan bin, 'CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF ISLAM', *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 7 (2013).
- Lee, Sun Young, and Sungwon Chung, 'Effects of Emotional Visuals and Company–Cause Fit on Memory of CSR Information', *Public Relations Review*, 44 (2018): 353–62 <<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.02.001>>
- Lestari, Sartika Nanda, 'Peran Perusahaan Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Indonesia', *Masalah-Masalah Hukum*, 46 (2018): 80 <<https://doi.org/10.14710/mmh.46.1.2017.80-91>>
- Lim, Joon Soo, and Cary A. Greenwood, 'Communicating *Corporate Social Responsibility (CSR)*: Stakeholder Responsiveness and Engagement Strategy to Achieve CSR Goals', *Public Relations Review*, 43 (2017): 768–76 <<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.06.007>>
- Liu, Qian, Leonard F.S. Wang, and Charlie L. Chen, 'CSR in an Oligopoly with Foreign Competition: Policy and Welfare Implications', *Economic Modelling*, 72 (2017): 1–7 <<https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.01.002>>
- Lubis, Arifah Armi, 'Peluang CSR Dalam Dua Sudut Pandang: Tinjauan Teoritis Dan Praktis', *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVI (2021): 163–75



- M, Sirajuddin, and Moh Dahlan, *MUHAMMAD JUSUF KALLA Membangun Misi Perdamaian Agama Dan Kemakmuran Bangsa Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), iv
- Mahmud, M. Irfan, 'Pelayaran Dan Perdagangan Abad Xvii-Xix Bugis-Makassar Ke Papua', *Jurnal Penelitian Arkeologi Papua*, 5 (2017): 37–57 <<https://jurnalarkeologipapua.kemdikbud.go.id/index.php/jpap/article/view/57>>
- Mansyur, 'Migrasi Dan Jaringan Ekonomi Suku Bugis Di Wilayah Tanah Bumbu, Keresidenan Borneo Bagian Selatan Dan Timur, 1930-1942', *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 1 (2016): 24–39 <<https://doi.org/10.14710/jscl.v1i1.11850>>
- Mardikanto, Totok, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Mattulada, *Tahun III. Sulawesi Selatan Pra Islam Dalam Buletin Yaperna. No. 12*
- Meilanny, Budiarti S., and Santoso Tri Raharjo Abstrak, 'Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan', *IBusiness*, 06 (2010), 1–103 <<http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/ib.2014.63013>>
- Meilink-Roelofs, M. A. P., *Asian Trade and European Influence : In the Indonesian Archipelago between 1500 and about 1630* (Netherlands: Martinus Nijhoff, 1962)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010)
- Muhajir, Haris AL, and Eko Priyo Purnomo, 'Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan', *Journal of Governance and Public Policy*, 3 (2016): 203–25 <<https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0056>>

- Muhammad Elwan, La Ode, Irfan Ido, La Ode Alwi, and Hendrik Wanda P, 'Kebijakan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Pertambahan Dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Desa Koeono, Kecamatan Palangga Selatan, Kabupaten Konawe Selatan)', *Journal Publicuho*, 1 (2018): 16  
<<https://doi.org/10.35817/jpu.v1i1.5849>>
- Mustika, Ratri, and A Rahman, 'Ratri Mustika Dan A Rahman : Implementasi *Corporate Social Responsibility*...', *Jurnal Visi Komunikasi*, 15 (2016): 157–70
- Nasution, S., *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif* (Bandung: Tarsito, 1996)
- Nayenggita, Gina Bunga, Santoso Tri Raharjo, and Risna Resnawaty, 'Praktik *Corporate Social Responsibility (CSR)* Di Indonesia', *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2 (2019): 61  
<<https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>>
- P3EIUII, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008)
- Pelras, Christian, *Manusia Bugis* (Makassar: Penerbit Innawa, 2006)
- Pratiwi, Raisa, 'Pengaruh Tingkat Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan *Corporate Social Responsibility* Dengan Kinerja Keuangan Perusahaan', *Ilmiah STIE MDP*, 2 (2015): 17–23  
<<http://eprints.mdp.ac.id/674/>>
- Rahim, A. Rahman, *Nilai-Nilai Utama Kebudayaan Bugis* (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2011)
- Ramdhan, Mochamad Isnaeni, 'Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Dalam Perspektif Filsafat Pancasila', *Jurnal Legilasi Indonesia*, 6 (2009): 183–92
- Retnaningsih, Hartini, 'Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat', *Aspirasi*, 6 (2015): 177–88

- Rhou, Yinyoung, Manisha Singal, and Yoon Koh, 'CSR and Financial Performance: The Role of CSR Awareness in the Restaurant Industry', *International Journal of Hospitality Management*, 57 (2016): 30–39  
<<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.05.007>>
- 'Riwayat Hidup Jusuf Kalla" (PDF). Komisi Pemilihan Umum (KPU). 17 Mei 2014. Diarsipkan Dari Versi Asli (PDF) Tanggal 2014-07-01.'
- Rudito, Bambang, and Melia Famiola, *Social Responsibility (CSR)*, (Rekayasa Sains, 2013)
- Rusmanto, Toto, and Citra Williams, 'Compliance Evaluation on CSR Activities Disclosure in Indonesian Publicly Listed Companies', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172 (2015): 150–56  
<<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.348>>
- Sabrina ASril, 'Aksa Mahmud Sebut Golkar Berpeluang Masuk Kabinet Di Tengah Jalan', *Kompas.Com*, 2014  
<<https://nasional.kompas.com/read/2014/09/16/12192391/Aksa.Mahmud.Sebut.Golkar.Berpeluang.Masuk.Kabinet.di.Tengah.Jalan>> [accessed 9 April 2022]
- Sakti, Ali, *Analisis Teoritis Ekonomi Islam, Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modren* (Jakarta: AQSA-Publishing, 2007)
- Sampurna, Muhammad Endro, 'Memahami CSR Secara Definitif Dalam Menjawab Krisis Energi Di Indonesia', *Global : Jurnal Politik Internasional*, 9 (2007)  
<<https://doi.org/10.7454/global.v9i1.256>>
- Santoso, Sugeng, 'Konsep Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Konvensional Dan Fiqh Sosial', *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*, 4 (2016): 81–104  
<<https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.1.81-104>>

- Sapukotanage, S., B.N.F. Warnakulasuriya, and S.T.W.S. Yapa, 'Outcomes of Sustainable Practices: A Triple Bottom Line Approach to Evaluating Sustainable Performance of Manufacturing Firms in a Developing Nation in South Asia', *International Business Research*, 11 (2018): 89 <<https://doi.org/10.5539/ibr.v11n12p89>>
- Sefriani, Sri Wartini, 'Corporate Social Responsibility & Ethics Corporate Social Responsibility & Ethics', *Yustisia*, 4 (2015). <<http://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/ib.2014.63013>>
- Selatan, Provinsi Sulawesi, 'Gubernur Sulsel Optimis Angka Kemiskinan Sulsel Bisa Terus Ditekan', 23 Februari, 2021 <<https://sulselprov.go.id/welcome/post/gubernur-sulsel-optimis-angka-kemiskinan-sulsel-bisa-terus-ditekan>> [accessed 19 August 2021]
- Sofyani, Hafiez, Ihyaul Ulum, Daniel Syam, WahJuni L, and Sri, 'Islamic Social Reporting Index Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi Indonesia Dan Malaysia)', *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 4 (2012): 36–46 <<https://doi.org/10.15294/jda.v4i1.1958>>
- Starauss, Anselm, and Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Ed.M.Djunaidi Ghony (Surabaya: PT. Bima Ilmu, 1997)
- Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sunaryo, 'Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan', *Jurnal Masalah Masalah Hukum (MMH)*, 44 (2015).
- Syukron, Ali, 'CSR Dalam Perspektif Islam Dan Perbankan', *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 5 (2015).
- Trisnawati, Rina, 'Pengukuran Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Perbankan Syariah Di Indonesia', *Jurnal Akuntansi Analisis Indonesia*, 16 (2012).

- Triyono, Agus, 'Pemberdayaan Masyarakat Melalui Community Development Program Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) PT. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap', *KomuniTi*, 6 (2014).
- Ula, Hikmatul, 'Model Penerapan Corporate Social Responsibility Oleh Multinational Corporation Dalam Pengaturan International Finance Corporation ( IFC ) Dan Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA )
- Walters, Geoff, and Christos Anagnostopoulos, 'Implementing *Corporate Social Responsibility* through Social Partnerships', *Business Ethics*, 21 (2012). <<https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2012.01660.x>>
- Wibisono, Yusuf, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)* (Jakarta: PT. Gramedia, 2007)
- Yuen, Kum Fai, and Jun Ming Lim, 'Barriers to the Implementation of Strategic *Corporate Social Responsibility* in Shipping', *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 32 (2016). <<https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2016.03.006>>
- Zhou, Ziyuan, and Eyun Jung Ki, 'Exploring the Role of CSR Fit and the Length of CSR Involvement in Routine Business and Corporate Crisis Settings', *Public Relations Review*, 44 (2018). <<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.11.004>>