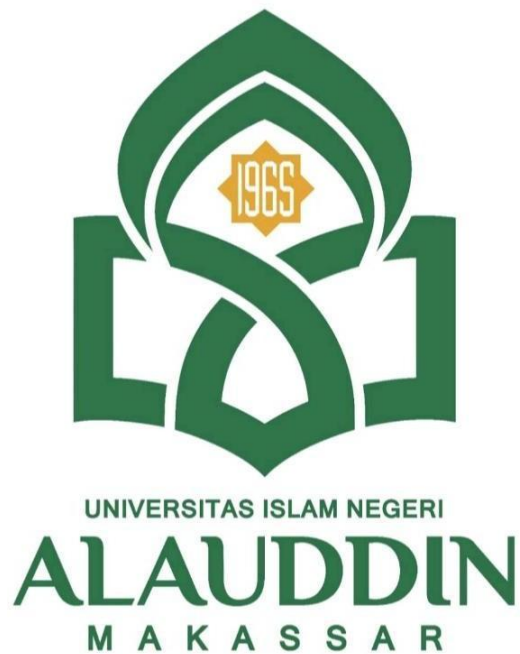


MAKALAH PENGANTAR BISNIS

“KONSEP ETIKA BISNIS DAN CSR”



DISUSUN OLEH :

KELOMPOK 6

❑ MUHAMMAD AGUNG (90500121103)

❑ AKBAR (90500121121)

❑ IMA WARDIANA (90500121127)

**KELAS D PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT., Sholawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW., atas berkat rahmat dan karunianyalah, sehingga segala urusan di dunia dapat berjalan dengan penuh berkah, termasuk berkah pada penyelesaian Makalah ini sehingga terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Adapun tujuan penulisan makalah ini adalah untuk memenuhi tugas **Mata Kuliah Pengantar Bisnis** pada semester 1 tahun ajaran 2021/2022 dengan judul “**Konsep Etika Bisnis Dan CSR**” dengan pembuatan tugas ini kami harap mampu memahami tentang Etika-etika pada suatu bisnis dan CSR, dalam penyelesaian makalah ini kami hanya mengalami kendala mengenai mana informasi yang tepat dan fakta yang sebenarnya terjadi. Atas kerjasama semua pihak yang bertanggung jawab akhirnya tugas yang diberikan kepada kami dapat selesai tepat waktu.

Gowa, 13 Oktober 2021

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I : PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penulisan.	4
1.4 Manfaat Penulisan.	4
BAB II : ISI	5
A. Pengertian Etika	5
B. Pengertian Konsep Etika Bisnis	6
C. Pentingnya Etika dalam dunia Bisnis	7
D. Prinsip-prinsip dalam Etika Bisnis...	10
E. Etika Bisnis dari Khasanah Islam	12
F. Penerapan etika pada organisasi perusahaan	16
G. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)	17
H. Ruang lingkup CSR	19
I. Macam-macam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	20
J. Strategi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan...	22
K. Manfaat Etika Bisnis dan CSR...	23
BAB III : PENUTUP	25
A. Kesimpulan.	25
B. Saran	25
DAFTAR PUSTAKA	26

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat dan tuntutan kebutuhan yang semakin banyak, dalam perusahaan kecenderungan untuk mendahulukan kepentingan sulit dihindari, ditambah persaingan yang ketat dan kebutuhan perusahaan yang semakin meningkat, kompetisi dan tuntutan konsumen termasuk menjadi salah satu faktor penyebab perusahaan mengabaikan etika dalam berbisnis. Bagi sementara pihak, bisnis adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan semata-mata mencari laba. Karena itu cara apapun boleh dilakukan demi meraih tujuan tersebut. Konsekuensinya pihak ini moralitas tidak bisa dipakai untuk menilai bisnis. Aspek moralitas dalam persaingan bisnis dianggap akan menghalangi kesuksesan. Pada satu sisi aktivitas bisnis dimaksudkan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, sementara prinsip moralitas membatasi aktifitas bisnis.

Masalah etika bisnis atau etika usaha akhir-akhir ini semakin banyak dibicarakan bukan hanya di tanah air kita, tetapi juga di negara-negara lain termasuk di negara-negara maju. Perhatian mengenai masalah ini tidak terlepas dari semakin berkembangnya dunia usaha kita sebagai hasil pembangunan selama ini. Peran dunia usaha dalam perekonomian begitu cepatnya, sehingga dalam hal investasi, misalnya, sekarang sudah 3 kali investasi pemerintah. Kegiatan bisnis yang makin merebak baik di dalam maupun di luar negeri, telah menimbulkan tantangan baru, yaitu adanya tuntutan praktek bisnis yang baik, yang etis, yang juga menjadi tuntutan kehidupan bisnis di banyak negara di dunia. Transparansi yang dituntut oleh ekonomi global menuntut pula praktik bisnis yang etis. Dalam ekonomi pasar global, kita hanya bisa *survive* kalau mampu bersaing.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan cara yang ditempuh oleh perusahaan untuk membangun citra dan nama baik perusahaan di mata masyarakat, jadi corporate social responsibility adalah serangkaian bentuk kegiatan mensejahterakan masyarakat yang memiliki komponen penting bagi eksistensi jangka Panjang perusahaan, karena menunjukkan wajah bisnis sebenarnya pada masyarakat luas terutama masyarakat local disekitar lokasi bisnis mereka.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawabnya terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonomis. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial perusahaan, maksudnya adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi suatu tujuan sosial dengan tidak memperhitungkan untung atau rugi ekonomis. Hal itu bisa terjadi dengan dua cara yaitu cara positif dan negatif. Secara positif, perusahaan bisa melakukan kegiatan yang tidak membawa keuntungan ekonomis dan semata-mata dilangsungkan demi kesejahteraan masyarakat atau salah satu kelompok di dalamnya.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada makalah ini yaitu:

1. Apa pengertian dari Etika?
2. Pengertian dari Konsep Etika Bisnis?
3. Pentingnya Etika dalam dunia bisnis
4. Prinsip-prinsip dalam etika bisnis
5. Etika Bisnis dari Khasanah Islam
6. Penerapan Etika pada organisasi Perusahaan
7. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)
8. Ruang lingkup CSR
9. Macam-macam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
10. Strategi Pengelolaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
11. Manfaat Etika Bisnis dan CSR

1.3 TUJUAN PENULISAN

Adapun tujuan dari pembahasan ini adalah untuk mengetahui tentang konsep etika bisnis dan CSR tersebut.

1.4. MANFAAT PENULISAN

Manfaat dari penulisan makalah ini adalah kita dapat memahami tentang Konsep etika bisnis dan CSR tersebut.

BAB II

ISI

A. PENGERTIAN ETIKA

Etika berasal dari bahasa Yunani Kuno: "*ethikos*", berarti "timbul dari kebiasaan" adalah sesuatu di mana dan bagaimana cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian etika Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab.

Beberapa pengertian etika adalah sebagai berikut :

1. Etika yaitu perbuatan standar yang memimpin individu dalam membuat keputusan.
2. Etika yaitu studi mengenai yang benar dan yang salah serta pilihan moral yang dilakukan seseorang.
3. Keputusan etik ialah hal yang benar mengenai perilaku standar. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen, yaitu penerapan standar moral dalam kegiatan bisnis.

Etika terbagi menjadi empat klasifikasi yaitu:

- **Etika Deskriptif:** Etika yang hanya menerangkan apa adanya tanpa memberikan penilaian terhadap objek yang diamati.
- **Etika Normatif:** Etika yang mengemukakan suatu penilaian mana yang baik dan buruk, dan apa yang sebaiknya dilakukan oleh manusia.
- **Etika Individual:** Etika yang objeknya manusia sebagai individualis. Berkaitan dengan makna dan tujuan hidup manusia.
- **Etika Sosial:** Etika yang membicarakan tingkah laku manusia sebagai makhluk sosial dan hubungan interaksinya dengan manusia lain. Baik dalam lingkup terkecil, keluarga, hingga yang terbesar bernegara.

Pengertian etika secara umum adalah aturan, norma, kaidah, ataupun tata cara yang biasa digunakan sebagai pedoman atau asas suatu individu dalam melakukan perbuatan dan tingkah laku. Penerapan norma ini sangat erat kaitannya dengan sifat baik dan buruknya individu di dalam bermasyarakat. Dengan begitu, Etika adalah ilmu yang mempelajari baik dan buruknya serta kewajiban, hak, dan tanggung jawab, baik itu secara sosial maupun moral, pada setiap individu di dalam kehidupan bermasyarakatnya. Atau bisa dikatakan juga bahwa etika mencakup nilai yang berhubungan dengan akhlak individu terkait benar dan salahnya.

Adapun banyak jenis etika yang dapat kita jumpai di lingkungan sekitar, misalnya, etika berteman, etika profesi atau kerja, etika dalam rumah tangga, etika dalam melakukan bisnis, dan sebagainya. Etika tentunya harus dimiliki oleh setiap

individu dan sangat dibutuhkan dalam bersosialisasi yang mana hal itu menjadi jembatan agar terciptanya suatu kondisi yang baik di dalam kehidupan bermasyarakat.

Sebagai contoh, etika yang sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari dan sekitar, yakni mengucapkan salam saat bertamu ke rumah orang, baik itu saudara, kerabat, maupun teman. Kemudian, meminta maaf setelah kita berbuat kesalahan, dan mengucapkan terima kasih saat seseorang telah menolong atau membantu kita.

B. PENGERTIAN KONSEP ETIKA BISNIS

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Pengertian dan prinsip etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu diterapkan ke dalam sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.

Etika bisnis merupakan suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dan pedoman berperilaku dalam menjalankan kegiatan perusahaan atau bisnis.

Pengertian Etika Bisnis dapat dibedakan menjadi 3 :

1. **Secara makro** : etika bisnis mempelajari aspek-aspek moral dari system ekonomi secara **keseluruhan**.
2. **Secara meso** : etika bisnis mempelajari masalah-masalah etis di bidang **organisasi**.
3. **Secara mikro** : etika bisnis difokuskan pada hubungan **Individu** dengan ekonomi dan bisnis.

Definisi Etika Bisnis dari Para Ahli

Selain pengertian etika bisnis di atas, beberapa ahli juga memaparkan definisi mereka sendiri mengenai istilah tersebut. Berikut adalah beberapa definisi etika bisnis berdasarkan pendapat para ahli.

- **Steade Et Al** Business etiquette atau etika bisnis adalah standar etis yang berhubungan dengan tujuan serta cara menciptakan keputusan bisnis
- **Hill & Jones** Etika bisnis adalah sebuah ajaran yang membedakan sesuatu yang benar dan salah. Hal tersebut bisa memberikan pembekalan terhadap setiap pemimpin institusi atau perusahaan saat mempertimbangkan pengambilan keputusan strategis terkait masalah moral yang rumit atau kompleks.
- **Velasquez** Etika bisnis adalah studi khusus perihal moral yang salah maupun benar. Studi tersebut memiliki konsentrasi terhadap bagaimana standar moral seharusnya diterapkan pada kebijakan, institusi, maupun perilaku bisnis.

- **Bertens** mengemukakan bahwa etika bisnis tak sekadar ketentuan dan aturan hukum. Melainkan, terdapat sebuah standar lebih tinggi ketimbang standar minimal yang ada pada ketentuan hukum. Oleh karena itu, dalam berbisnis, seringkali ditemui aspek abu-abu atau tidak jelas dan tak diatur ketentuan hukum secara langsung.
- **Muslich** Etika bisnis merupakan sebuah pengetahuan mengenai tata cara yang ideal pada pengaturan serta pengelolaan bisnis, dan tetap memerhatikan norma serta moralitas yang secara universal berlaku.
- **Sumarni** Etika bisnis terkait dengan kendala atau masalah penilaian mengenai kegiatan dan juga perilaku usaha yang membidik pada kejujuran atau kebenaran bisnis.

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara-cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Definisi tentang etika bisnis sangat beragam dan tidak ada satupun yang terbaik, namun terdapat konsensus bahwa etika bisnis adalah studi yang mensyaratkan penalaran dan penilaian, baik yang didasarkan atas prinsip-prinsip maupun kepercayaan dalam mengambil keputusan guna menyeimbangkan kepentingan ekonomi diri sendiri terhadap tuntutan sosial dan kesejahteraan. Sternberg (1994) mendefinisikan etika bisnis sebagai suatu bidang filosofi yang berhubungan dengan pengaplikasian ethical reasoning terhadap berbagai praktik dan aktivitas dalam berbisnis. Dalam kaitan ini, etika bisnis merupakan upaya untuk mencari jalan keluar atau paling tidak mengklarifikasikan berbagai moral issues yang secara spesifik muncul atau berkaitan dengan aktivitas bisnis tersebut. Dengan demikian prosesnya dimulai dari analisis terhadap the nature and presuppositions of business hingga berimplikasi sebagai prinsip-prinsip moral secara umum dalam upaya untuk mengidentifikasi apa yang "benar" di dalam berbisnis.

C. PENTINGNYA ETIKA DALAM DUNIA BISNIS

Perubahan perdagangan dunia menuntut segera dibenahinya etika bisnis agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Dalam bisnis tidak jarang berlaku konsep tujuan menghalalkan segala cara. Bahkan tindakan yang berbau kriminal pun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Kalau sudah demikian, pengusaha yang menjadi penggerak motor perekonomian akan berubah menjadi binatang ekonomi. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakan kecenderungan tetapi sebaliknya, makin hari semakin meningkat. Tindakan mark up, ingkar janji, tidak mengindahkan kepentingan masyarakat, tidak memperhatikan sumber daya alam maupun tindakan kolusi dan suap merupakan segelintir contoh pengabaian para pengusaha terhadap etika bisnis.

Sebagai bagian dari masyarakat, tentu bisnis tunduk pada norma-norma yang ada pada masyarakat. Tata hubungan bisnis dan masyarakat yang tidak bisa dipisahkan itu membawa serta etika-etika tertentu dalam kegiatan bisnisnya, baik etika itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung. Dengan memetakan pola

hubungan dalam bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan yang bersifat interaktif. Hubungan ini tidak hanya dalam satu negara, tetapi meliputi berbagai negara yang terintegrasi dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah. Perubahan nuansa perkembangan dunia itu menuntut segera dibenahinya etika bisnis.

Pasalnya, kondisi hukum yang melingkupi dunia usaha terlalu jauh tertinggal dari pertumbuhan serta perkembangan di bidang ekonomi.

Jalinan hubungan usaha dengan pihak-pihak lain yang terkait begitu kompleks. Akibatnya, ketika dunia usaha melaju pesat, ada pihak-pihak yang tertinggal dan dirugikan, karena peranti hukum dan aturan main dunia usaha belum mendapatkan perhatian yang seimbang. Salah satu contoh yang selanjutnya menjadi masalah bagi pemerintah dan dunia usaha adalah masih adanya pelanggaran terhadap upah buruh. Hal ini menyebabkan beberapa produk nasional terkena batasan di pasar internasional.

Contoh lain yang merupakan contoh kasus etika bisnis adalah produk-produk hasil hutan yang mendapat protes keras karena pengusaha Indonesia dinilai tidak memperhatikan kelangsungan sumber alam yang sangat berharga. Perilaku etik penting diperlukan untuk mencapai sukses jangka panjang dalam sebuah bisnis. Pentingnya etika bisnis tersebut berlaku untuk kedua perspektif, baik lingkup makro maupun mikro, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Perspektif Makro

Pertumbuhan suatu negara tergantung pada market system yang berperan lebih efektif dan efisien daripada command system dalam mengalokasikan barang dan jasa. Beberapa kondisi yang diperlukan market system untuk dapat efektif, yaitu:

1. Hak memiliki dan mengelola properti swasta
2. Kebebasan memilih dalam perdagangan barang dan jasa
3. Ketersediaan informasi yang akurat berkaitan dengan barang dan jasa.

Jika salah satu subsistem dalam market system melakukan perilaku yang tidak etis, maka hal ini akan mempengaruhi keseimbangan sistem dan menghambat pertumbuhan sistem secara makro. Pengaruh dari perilaku tidak etik pada perspektif bisnis makro :

1. Penyogokan atau suap. Hal ini akan mengakibatkan berkurangnya kebebasan memilih dengan cara mempengaruhi pengambil keputusan.
2. Coercive act. Mengurangi kompetisi yang efektif antara pelaku bisnis dengan ancaman atau memaksa untuk tidak berhubungan dengan pihak lain dalam bisnis.
3. Deceptive information
4. Pecurian dan penggelapan
5. Unfair discrimination.

2. Perspektif Bisnis Mikro

Dalam lingkup ini perilaku etik identik dengan kepercayaan atau trust. Dalam lingkup mikro terdapat rantai relasi di mana supplier, perusahaan, konsumen, karyawan saling berhubungan kegiatan bisnis yang akan berpengaruh pada lingkup makro. Tiap mata rantai penting dampaknya untuk selalu menjaga etika, sehingga kepercayaan yang mendasari hubungan bisnis dapat terjaga dengan baik. Standar moral merupakan tolok ukur etika bisnis.

Dimensi etik merupakan dasar kajian dalam pengambilan keputusan. Etika bisnis cenderung berfokus pada etika terapan daripada etika normatif.

Dua prinsip yang menjadi acuan dimensi etik dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Prinsip konsekuensi (Principle of Consequentialist) adalah konsep etika yang berfokus pada konsekuensi pengambilan keputusan. Artinya keputusan dinilai etik atau tidak berdasarkan konsekuensi (dampak) keputusan tersebut
2. Prinsip tidak konsekuensi (Principle of Nonconsequentialist) adalah terdiri dari rangkaian peraturan yang digunakan sebagai petunjuk/panduan pengambilan keputusan etik dan berdasarkan alasan bukan akibat, antara lain: (a) Prinsip Hak, yaitu menjamin hak asasi manusia yang berhubungan dengan kewajiban untuk tidak saling melanggar hak orang lain (b) Prinsip Keadilan, yaitu keadilan yang biasanya terkait dengan isu hak, kejujuran dan kesamaan. Prinsip keadilan dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu:
 - Keadilan distributive, yaitu keadilan yang sifatnya menyeimbangkan alokasi benefit dan beban antar anggota kelompok sesuai dengan kontribusi tenaga dan pikirannya terhadap benefit. Benefit terdiri dari pendapatan, pekerjaan, kesejahteraan, pendidikan dan waktu luang. Beban terdiri dari tugas kerja, pajak dan kewajiban social.
 - Keadilan retributive, yaitu keadilan yang terkait dengan retribution (ganti rugi) dan hukuman atas kesalahan tindakan. Seseorang bertanggungjawab atas konsekuensi negatif atas tindakan yang dilakukan kecuali tindakan tersebut dilakukan atas paksaan pihak lain.
 - Keadilan kompensatoris, yaitu keadilan yang terkait dengan kompensasi bagi pihak yang dirugikan. Kompensasi yang diterima dapat berupa perlakuan medis, pelayanan dan barang penebus kerugian. Masalah terjadi apabila kompensasi tidak dapat menebus kerugian, misalnya kehilangan nyawa manusia. Apabila moral merupakan suatu pendorong orang untuk melakukan kebaikan, maka etika bertindak sebagai rambu-rambu (sign) yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia bisnis yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (patokan/rambu-rambu) yang menjamin kegiatan bisnis yang seimbang, selaras, dan serasi. Etika sebagai rambu-rambu dalam suatu kelompok masyarakat akan dapat membimbing dan mengingatkan anggotanya kepada suatu tindakan yang terpuji (good conduct) yang harus selalu dipatuhi dan dilaksanakan. Karena itu diperlukan pemahaman pula akan berbagai contoh kasus etika bisnis yang lebih luas.

Di era kalangan bisnis tidak terlepas yang namanya etika dimana etika tersebut mengandung nilai yang tertuang ada dalam diri manusia. Namun seiring dengan berjalanya bisnis banyak masalah pelanggaran etika yang dihadapi oleh pembisnis baik sesama pengusaha maupun di kalangan masyarakat. Dengan demikian masalah-masalah yang di hadapi oleh para pembisnis perlu di benahi dengan baik agar nilai-nilai berperilaku yang ada dalam diri manusia agar tatanan ekonomi dunia semakin membaik. Namun sejalan dengan konsep beretika dalam bisnis tersebut maka pembisnis perlu menjaga hubungan yang baik antar pembisnis maupun kalangan masyarakat agar sistem perdagangan tersebut semakin maju

untuk kedepannya. Sebuah bisnis yang baik harus memiliki etika dan tanggung jawab sosial sesuai dengan fungsinya baik secara mikro maupun makro.

Dalam bisnis tidak jarang berlaku dalam konsep tujuan menghalalkan segala cara, bahkan tindakan yang identik dengan kriminalpun ditempuh demi pencapaian suatu tujuan. Terjadinya perbuatan tercela dalam dunia bisnis tampaknya tidak menampakkan kecendrungan tetapi sebaliknya, semakin hari semakin meningkat. Namun bagian dari masyarakat, tentunya bisnis tunduk pada norma-norma yang ada pada masyarakat. Tata hubungan bisnis dan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan tersebut membawa serta etika-etika tertentu dalam kegiatan bisnis, baik etika itu antara sesama pelaku bisnis maupun etika bisnis terhadap masyarakat dalam hubungan langsung maupun tidak langsung.

Dengan memetakan pola hubungan dalam bisnis seperti itu dapat dilihat bahwa prinsip-prinsip etika bisnis terwujud dalam satu pola hubungan yang bersifat interaktif. Hubungan ini tidak hanya berlaku dalam satu negara, tetapi meliputi berbagai Negara yang terintegrasi dalam hubungan perdagangan dunia yang nuansanya kini telah berubah. Perubahan nuansa perkembangan dunia ini menuntut segera dibenahinya etika bisnis. Pasalnya, kondisi hukum yang melingkupi dunia usaha sangat jauh tertinggal dari pertumbuhan dan perkembangan dibidang ekonomi. Banyak perusahaan meyakini bahwa prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika, yakni bisnis dengan kinerja unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan mentaati kaidah-kaidah etika sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.

Beberapa hal yang mendasari perlunya etika dalam kegiatan bisnis:

1. Selain mempertaruhkan barang dan uang untuk tujuan keuntungan, bisnis juga mempertaruhkan nama, harga diri, bahkan nasib manusia yang terlibat di dalamnya.
2. Bisnis adalah bagian penting dalam masyarakat
3. Bisnis juga membutuhkan etika yang setidaknya mampu memberikan pedoman bagi pihak – pihak yang melakukannya.

D. PRINSIP-PRINSIP ETIKA DALAM BISNIS

Bertens menjelaskan bahwa etika bisnis perlu dilihat dari 3 sudut pandang. Yang pertama adalah sudut pandang ekonomi, yang berarti bisnis yang positif akan memberikan keuntungan tanpa memberikan kerugian pada orang lain. Selanjutnya adalah sudut pandang hukum, artinya bisnis tidak perlu melanggar aturan hukum berlaku maupun yang telah ditetapkan. Sudut pandang yang terakhir adalah moral, menjelaskan bahwa bisnis perlu menyesuaikan dengan standar atau ukuran moralitas.

Di sisi lain, terdapat 5 prinsip yang bisa dijadikan sebagai acuan atau pedoman perilaku dalam melakukan etika bisnis. Hal ini dijabarkan Sonny Keraf sebagai berikut:

a. Kejujuran

Prinsip ini menanamkan sikap jika sesuatu yang dipikirkan merupakan sesuatu yang dikatakan. Di sisi lain, sesuatu yang dikatakan menjadi sesuatu yang akan dikerjakan. Prinsip kejujuran ini menjunjung kepatuhan terhadap pelaksanaan komitmen dan perjanjian yang telah disepakati.

b. Otonomi

Prinsip ini berpegang teguh pada kemandirian, kebebasan, dan tanggung jawab. Artinya, seseorang yang mandiri merupakan orang yang bisa memutuskan serta melakukan tindakan dengan dasar kemampuan sendiri dan apa yang telah diyakini serta terbebas dari tekanan, hasutan, maupun ketergantungan.

c. Saling Menguntungkan

Pada prinsip ini memandatkan kesadaran bahwa dalam menjalani sebuah bisnis membutuhkan *win-win solution*. Dalam kata lain, semua tindakan dan keputusan bisnis harus diusahakan untuk mampu memberikan keuntungan terhadap semua pihak yang terkait.

d. Keadilan

Prinsip keadilan menanamkan sikap untuk menganggap dan memperlakukan seluruh pihak secara adil tanpa membedakan apapun ataupun siapapun.

e. Integritas Moral

Prinsip ini merupakan prinsip teguh agar tak memberikan kerugian pada orang lain terkait segala tindakan dan keputusan bisnis yang ditempuh. Prinsip integritas moral juga berlandaskan pada kesadaran bahwa semua orang berhak untuk dihormati dengan cara yang sama secara harkat maupun martabatnya.

Prinsip Umum Etika Bisnis

Pada praktik etika bisnis, terdapat 3 prinsip umum yang dapat memudahkan pebisnis dalam mengimplementasikannya. Ketiga prinsip umum etika bisnis tersebut adalah:

- **Saling Percaya Antara Satu sama Lain**

Sikap saling percaya antara satu dengan yang lain ini tentu mampu membantumu dalam mengimplementasikan etika bisnis dengan baik. Dengan begitu, kamu dapat mematuhi perjanjian serta aturan yang telah disepakati bersama sebelumnya dengan lebih mudah dan tanpa menaruh rasa curiga.

- **Sikap Tanggung Jawab**

Prinsip ini penting dalam beretika bisnis karena dapat menumbuhkan komitmen dan menghasilkan kemakmuran yang tak hanya terbatas pada pemilik saham, namun juga pada pemangku kebijakan dan lingkungan operasional perusahaan.

- **Menghargai Lingkungan**

Tak kalah pentingnya, prinsip menghargai lingkungan juga penting dipahami agar bisa mempraktikkan etika dalam bisnis dengan optimal. Semua pelaku bisnis harus bisa menjaga, memanfaatkan, dan mengelola sumber daya alam secara efisien. Dengan begitu, kelangsungan dan kelestarian alam juga lingkungan dapat bertahan lama.

E. ETIKA BISNIS DARI KHASANAH ISLAM

Dalam ajaran Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika dalam Al-Quran adalah Khuluq. Al-Asfahani dalam mengartikan Khuluq pada firman Allah yang artinya ; apa yang diusahakan manusia untuk mencapai kemuliaan sesuai dengan penciptaannya. Dalam kamus al-Munawwir, khuluq berarti ; Tabiat, budi pekerti, kebiasaan , kesatriaan dan keperwiraan, agama Kata khuluq berasal dari kata kholuqo sangat dengan khalq dari kholaqo yang berarti ; menjadikan, menciptakan. Dari kata kholaqo yakhluku keluar kata khaliq ; sang pencipta, dan makhluk ; yang diciptakan. Dan dari kata kholuqo yakhluku keluar istilah al-akhlaq yang kemudian sudah menjadi sebuah ilmu tersendiri. Sangat menarik bila dicermati, kedekatan kholaqo yang berarti mencipta dan kholuqo yang berarti berperangai, ternyata perangai atau kebiasaan (akhlaq) tidak akan terbentuk kecuali ada kehendak dan I'tikad manusia dalam menciptakan perbuatannya. Al-Quran juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: khair (kebaikan), birr (kebenaran), qist (persamaan), ad'l (kesetaraan dan keadilan), haqq (kebenaran dan kebaikan), PD¶UXI (mengetahui dan menyetujui) dan taqwa (ketakwaan). Tindakan yang terpuji disebut sebagai salihat dan tindakan yang tercela disebut sebagai sayyi,at . Dalam khazanah pemikiran Islam, etika dipahami sebagai Al-Akhlaq atau Al-Adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi kandungan ayat-ayat Al-Quran yang sangat luas, dan dikembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga para sufi.

Etika sebagai perangkat prinsip moral yang membedakan apa yang benar dari apa yang salah, sedangkan bisnis adalah suatu serangkaian peristiwa yang melibatkan pelaku bisnis, maka etika diperlukan dalam bisnis. Dengan demikian dapat dipahami bahwa, etika bisnis adalah norma-norma atau kaidah etik yang dianut oleh bisnis, baik sebagai institusi atau organisasi, maupun dalam interaksi bisnisnya dengan "stakeholdersnya". Etika dan tindak tanduk etisnya menjadi bagian budaya perusahaan dan "built-in" sebagai perilaku (behavior) dalam diri

karyawan biasa sampai CEO. bahkan pengusaha sekalipun yang standarnya tidak uniform atau universal. Tapi lazimnya harus ada standar minimal. Ketidak universalan itu mencuatkan berbagai perspektif suatu bangsa dalam menjiwai, mengoperasikan dan setiap kali menggugat diri. Etika bisnis merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang kita sebut bisnis. Pembahasan tentang etika bisnis harus dimulai dengan menyediakan kerangka prinsip-prinsip dasar pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan istilah baik dan benar, hanya dengan cara itu selanjutnya seseorang dapat membahas implikasi-implikasi terhadap dunia bisnis. Etika dan Bisnis, mendeskripsikan etika bisnis secara umum dan menjelaskan orientasi umum terhadap bisnis, dan mendeskripsikan beberapa pendekatan khusus terhadap etika bisnis, yang secara bersama-sama menyediakan dasar untuk menganalisis masalah-masalah etis dalam bisnis. Dengan demikian, bisnis dalam Islam memposisikan pengertian bisnis yang pada hakikatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah SWT. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan yang berdasarkan kalkulasi matematika, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial dihadapan masyarakat, negara dan Allah SWT.

Dasar Hukum

Dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 282 Allah SWT berfirman yang artinya *"Hai orang-orang yang beriman apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua orang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah Mu'amalah itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.*

Dalam surah An Nisa ayat 29, yang artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara*

kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan

Dalam surah As Shaff ayat 10, yang artinya : Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, sukaakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih?"*

Prinsip-prinsip Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an

Menurut Imaddudin (2007 : 156), ada lima dasar prinsip dalam etika Islam, yaitu : kesatuan (unity), keseimbangan (equilibrium), kehendak bebas (free will), tanggung jawab (responsibility), kebenaran, kebajikan, dan kejujuran (truth, goodness, honesty).

a. **Kesatuan (Tauhid/Unity)** Dalam hal ini adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan yang homogen, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horisontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.

b. **Keseimbangan (Equilibrium/Adil) Islam** sangat mengajurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis, dan melarang berbuat curang atau berlaku dzalim. Rasulullah diutus Allah untuk membangun keadilan. Kecelakaan besar bagi orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain meminta untuk dipenuhi, sementara kalau menakar atau menimbang untuk orang selalu dikurangi. Kecurangan dalam berbisnis pertanda kehancuran bisnis tersebut, karena kunci keberhasilan bisnis adalah kepercayaan. Al-Qur'an memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menimbang dan mengukur dengan cara yang benar dan jangan sampai melakukan kecurangan dalam bentuk pengurangan takaran dan timbangan. Dalam surah al Isra ayat 35 Allah SWT berfirman yang artinya : *"Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai".* Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Maidah ayat 8 yang artinya : *"Hai orang-orang beriman, hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah SWT, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-sekali kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah karena adil lebih dekat dengan takwa".*

c. **Kehendak Bebas (Free Will)** Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah.

d. **Tanggungjawab (Responsibility)** Kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

e. **Kebenaran:** kebajikan dan kejujuran (truth, goodness, honesty) Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.

F. PENERAPAN ETIKA PADA ORGANISASI PERUSAHAAN

Dapatkan pengertian moral seperti tanggung jawab, perbuatan yang salah dan kewajiban diterapkan terhadap kelompok seperti perusahaan, ataukah pada orang (individu) sebagai perilaku moral yang nyata?

Ada dua pandangan yang muncul atas masalah ini:

Ekstrem pertama, adalah pandangan yang berpendapat bahwa, karena aturan yang mengikat, organisasi memperbolehkan kita untuk mengatakan bahwa perusahaan bertindak seperti individu dan memiliki tujuan yang disengaja atas apa yang mereka lakukan, kita dapat mengatakan mereka bertanggung jawab secara moral untuk tindakan mereka dan bahwa tindakan mereka adalah bermoral atau tidak bermoral dalam pengertian yang sama yang dilakukan manusia.

Ekstrem kedua, adalah pandangan filsuf yang berpendirian bahwa tidak masuk akal berpikir bahwa organisasi bisnis secara moral bertanggung jawab karena ia gagal mengikuti standar moral atau mengatakan bahwa organisasi memiliki kewajiban moral. Organisasi bisnis sama seperti mesin yang anggotanya harus secara membabi buta mentaati peraturan formal yang tidak ada kaitannya dengan moralitas. Akibatnya, lebih tidak masuk akal untuk menganggap organisasi bertanggung jawab secara moral karena ia gagal mengikuti standar moral daripada mengkritik organisasi seperti mesin

yang gagal bertindak secara moral. Karena itu, tindakan perusahaan berasal dari pilihan dan tindakan individu manusia, individu-individulah yang harus dipandang sebagai penjaga utama kewajiban moral dan tanggung jawab moral: individu manusia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan perusahaan karena tindakan perusahaan secara keseluruhan mengalir dari pilihan dan perilaku mereka. Jika perusahaan bertindak keliru, kekeliruan itu disebabkan oleh pilihan tindakan yang dilakukan oleh individu dalam perusahaan itu, jika perusahaan bertindak secara moral, hal itu disebabkan oleh pilihan individu dalam perusahaan bertindak secara bermoral.

G. PENGERTIAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau dalam bahasa Indonesia disebut dengan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan adalah suatu Tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap social/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Contoh bentuk tanggung jawab itu bermacam-macam, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa/fasilitas masyarakat yang bersifat social dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut berada.

Definisi lain dari CSR yaitu tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholder sehubungan dengan isu-isu etika, sosial, dan lingkungan. Istilah CSR mulai digunakan sejak John Elkington menerbitkan bukunya yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998). Dalam buku tersebut Elkington menyebutkan bahwa CSR dikemas dalam 3P yaitu profit, planet, dan people.

Pengertian CSR Menurut beberapa Ahli yaitu sebagai berikut :

1. **The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)** Mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan,

sebagai: "Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large." Dalam bahasa bebas kurang lebih maksudnya adalah, komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibisono 2007:7).

2. **Menurut (Wibisono 2007:8)**

CSR dapat didefinisikan sebagai: Tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis,

meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple bottom line). Dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

3. **Kotler dan Lee (2005) dalam (Solihin 2009)**

"corporate social responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources" Dalam definisi tersebut, Kotler dan Lee memberikan penekanan pada kata discretionary yang berarti 9 kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundangundangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. Kata discretionary juga memberikan nuansa bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas CSR haruslah perusahaan yang telah menaati hukum dalam pelaksanaan bisnisnya. (solihin 2009:5).

4. **Menurut UU Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3.** Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen

Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

5. **Menurut (Prastowo dan Huda 2011:17):**

CSR adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk 'membersikan' keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena CSR adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik.

6. **Definisi menurut ISO 26000 dalam (Prastowo dan Huda 2011)**

"Responsibility of organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship." Terjemahan bebasnya: (Tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan

etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan 10 dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan; sejalan dengan hukum yang ditetapkan dengan norma norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh) (Prastowo dan Huda 2011:101).

H. RUANG LINGKUP CSR

Pada dasarnya CSR bukanlah entitas departemen atau divisi yang sifatnya parsial, atau hanya berfungsi dalam pendongkrakan citra sebagai bagian dari jurus jitu marketing perusahaan, sehingga nilai perusahaan dimata *stakeholders* lain khususnya masyarakat menjadi positif.

Pada hakikatnya CSR adalah nilai atau jiwa yang melandasi aktivitas perusahaan secara umum, dikarenakan CSR menjadi pijakan komperhensif dalam aspek ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan. Tidak etis jika nilai CSR hanya diimplementasikan untuk memberdayakan masyarakat setempat, disisi lain kesejahteraan karyawan yang ada di dalamnya tidak terjamin, atau perusahaan tidak disiplin dalam membayar pajak, suburnya praktik korupsi dan kolusi, atau mempekerjakan anak.

Dalam aspek lingkungan misalnya, terdapat perusahaan-perusahaan yang berkontribusi dalam pencemaran terhadap alam, melakukan pemborosan energi, dan bermasalah dalam limbah. Bagaimanapun semua aspek dalam perusahaan, baik ekonomi, sosial, kesejahteraan dan lingkungan tidak bisa lepas dari koridor tanggungjawab sosial perusahaan. Oleh karena itu dalam CSR tercakup didalamnya empat landasan pokok yang antara satu dengan yang lainnya saling berkaitan (Tanari, 2009), diantaranya:

- a. Landasan pokok CSR dalam aktivitas ekonomi, meliputi:
 - kinerja keuangan berjalan baik
 - investasi modal berjalan sehat
 - kepatuhan dalam pembayaran pajak
 - tidak terdapat praktik suap/korupsi
 - tidak ada konflik kepentingan
 - tidak dalam keadaan mendukung rezim yang korup
 - menghargai hak atas kemampuan intelektual/paten
 - tidak melakukan sumbangan politis/ lobi
- b. Landasan pokok CSR dalam isu lingkungan hidup, meliputi:
 - tidak melakukan pencemaran
 - tidak berkontribusi dalam perubahan iklim
 - tidak berkontribusi atas limbah
 - tidak melakukan pemborosan air
 - tidak melakukan praktik pemborosan energi
 - tidak melakukan penyerobotan lahan

- tidak berkontribusi dalam kebisingan
 - menjaga keanekaragaman hayati
- c. Landasan pokok CSR dalam isu sosial, meliputi:
- menjamin kesehatan karyawan atau masyarakat yang terkena dampak
 - tidak mempekerjakan anak
 - memberikan dampak positif terhadap masyarakat
 - melakukan proteksi konsumen
 - menjunjung keberanekaragaman
 - menjaga privasi
 - melakukan praktik derma sesuai dengan kebutuhan
 - bertanggungjawab dalam proses *outsourcing* dan *off-shoring*
 - akses untuk memperoleh barang-barang tertentu dengan harga wajar
- d. Landasan pokok CSR dalam isu kesejahteraan
- memberikan kompensasi terhadap karyawan
 - memanfaatkan subsidi dan kemudahan yang diberikan pemerintah
 - menjaga kesehatan karyawan
 - menjaga keamanan kondisi tempat kerja
 - menjaga keselamatan dan Kesehatan Kerja
 - menjaga keseimbangan kerja/hidup

Landasan diatas memberikan sebuah gambaran bahwa CSR bukanlah hal yang parsial, melainkan suatu urusan yang komperhensif. Tidak tepat jika perusahaan hanya fokus pada aspek lingkungan hidup, namun abai dalam aspek kesejahteraan karyawan dan ketidakseimbangan antar aspek lainnya. Oleh karena itu poin-poin diatas bisa dijadikan sebagai indikator sejauhmana keseriusan perusahaan dalam menerapkan CSR.

Selain aspek diatas, kesungguhan perusahaan dalam menerapkan CSR bisa juga diukur dengan menggunakan indikator Piramida CSR. Tujuannya adalah untuk mengetahui berada pada tipe apa perusahaan dalam menerapkan CSR, apakah hanya fokus pada tanggungjawab secara ekonomi lalu menegasikan kebutuhan masyarakat lokal, baru pada tataran mematuhi aturan hukum, atau memang sudah berada dalam tingkat tertinggi yaitu tanggungjawab etis, mempraktekkan CSR secara komperhensif.

I. MACAM-MACAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Menurut (1994) tanggung jawab sosial perusahaan dapat berupa :

1. Pemelihara sumber daya masyarakat
2. Perusahaan harus bekerja sebagai sistem yang terbuka dua arah dengan penerimaan masukan secara terbuka dari masyarakat dan memaparkan operasinya kepada publik.
3. Perusahaan harus mengkalkulasikan biaya sosial maupun manfaat dari suatu aktivitas, produk, atau jasa dan mempertimbangkannya secara cermat agar dapat diputuskan apakah kegiatan tersebut perlu dilanjutkan atau tidak.
4. Memperhitungkan biaya sosial dari setiap aktivitas, produk, atau jasa ke dalam harga sehingga konsumen membayar atas dampak konsumsinya terhadap masyarakat.

5. Perusahaan melibatkan diri dalam aktivitas sosial, sesuai dengan kompetensinya dimana terdapat kebutuhan sosial yang penting

Trevino dan Nelson (1995) mengkonsepkan CSR sebagai piramid yang terdiri dari empat macam tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan, yaitu ekonomi, hukum, etika dan berperikemanusiaan.

- a. Tanggung jawab ekonomi Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis sebagai produser barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, dengan menghasilkan laba yang dapat diterima, artinya laba yang dihasilkan harus sejalan dengan aturan dasar masyarakat. Masalah tanggung jawab merupakan hal yang dianggap paling krusial karena tanpa adanya kelangsungan tanggung jawab finansial hal yang lain menjadi hal yang meragukan.
- b. Tanggung jawab etis Tanggung jawab etis mencakup tanggung jawab secara umum, karena tidak semua harapan masyarakat telah dirumuskan dalam hukum. Etika bukan hanya sesuai dengan hukum, namun juga dapat diterima secara moral. Kategori tanggung jawab etika sering berhubungan dengan kategori hukum, melebarkan tanggung jawab hukum dan mengharapkan para usahawan untuk menjalankan fungsinya setingkat diatas hukum. Etika bisnis mencakup cara organisasi bisnis menjalankan kewajiban hukum dan etika mereka.
- c. Tanggung jawab berperikemanusiaan Tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif perusahaan dalam memajukan kesejahteraan manusia.

1. Tanggung jawab social perusahaan di Lingkungan

Mengelola limbah yang di hasilkan oleh perusahaan adalah hal penting, Jangan sampai limbah yang mencemari tanah, udara, dan lain halnya. **Contoh tanggung jawab sosial perusahaan** yang sudah sering di lakukan adalah mengelola limbah B3 secara baik. Atau hal lain yang di lakukan untuk lingkungan adalah dengan program tanam 1000 pohon, membangun taman, kolam renang dan lain sebagainya. Yang mana membuat alam semakin terlihat elegan dan asri.

2. Tanggung jawab social perusahaan di Masyarakat

contoh tanggung jawab sosial perusahaan yang memberikan manfaat banyak bagi masyarakat, terlebih dengan jangkauan yang lebih luas. Hal yang sering di lakukan dalam kegiatan ini seperti dengan memberikan keterampilan dalam usaha menjahit, beternak sapi, beternak ikan dan lain sebagainya. Nah tidak hanya itu saja hal lain yang perlu di mengerti juga adalah dengan bantuan yang menjadi modal awal bagi masyarakat.

3. Tanggung jawab social perusahaan pada Investor

- Mengikuti prosedur akuntansi yang tepat
- Memberikan informasi yang tepat kepada pemegang saham
- Mengelola organisasi untuk melindungi hak pemegang saham dan investor.

4. Tanggung jawab social perusahaan terhadap karyawan

Perusahaan dikatakan memenuhi tanggung jawab hukum dan sosialnya apabila karyawannya diberi kesempatan yang sama tanpa memandang faktor-faktor suku jenis kelamin atau faktor lainnya yang tidak relevan.

J. STRATEGI PENGELOLAAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

1. Strategi Reaktif Kegiatan bisnis yang melakukan strategi reaktif dalam tanggung jawab sosial cenderung menolak atau menghindarkan diri dari tanggung jawab social, Contohnya, perusahaan tembakau di masa lalu cenderung untuk menghindarkan diri dari isu yang menghubungkan konsumsi rokok dengan peluang penyakit kanker. Akan tetapi, karena adanya peraturan pemerintah untuk mencantumkan bahaya rokok setiap iklan, maka hal tersebut dilakukan oleh perusahaan rokok.
2. Strategi Defensif Strategi defensif dalam tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan terkait dengan penggunaan pendekatan legal atau jalur hukum untuk menghindarkan diri atau menolak tanggung jawab social. Perusahaan yang menghindarkan diri dari tanggung jawab limbah saja berargumen melalui pengacara yang disewanya untuk mempertahankan diri dari tuntutan hukum dengan berargumen bahwa tidak hanya perusahaannya saja yang membuang limbah ke sungai ketika lokasi perusahaan tersebut beroperasi, terdapat juga perusahaan lain yang beroperasi.
3. Strategi Akomodatif Strategi Akomodatif merupakan tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan dikarenakan adanya tuntutan dari masyarakat dan lingkungan sekitar akan hal tersebut. Tindakan seperti ini terkait dengan strategi akomodatif dalam tanggung jawab sosial. Contoh lainnya, perusahaan perusahaan besar pada era orde baru dituntut untuk memberikan pinjaman kredit lunak kepada para pengusaha kecil, bukan disebabkan karena adanya kesadaran perusahaan, akan tetapi sebagai langkah akomodatif yang diambil setelah pemerintah menuntut para korporat untuk lebih memperhatikan pengusaha kecil.
4. Strategi Proaktif Perusahaan memandang bahwa tanggung jawab sosial adalah bagian dari tanggung jawab untuk memuaskan stakeholders, Jika stakeholders terpuaskan, maka citra positif terhadap perusahaan akan terbangun. Dalam jangka panjang perusahaan akan diterima oleh masyarakat dan perusahaan tidak akan khawatir akan kehilangan pelanggan, justru akan berpotensi untuk menambah jumlah pelanggan akibat citra positif yang disandangnya. Langkah yang dapat diambil oleh perusahaan adalah dengan mengambil inisiatif dalam tanggung jawab sosial, misalnya dengan membuat khusus penanganan limbah, keterlibatan dalam setiap kegiatan social lingkungan masyarakat atau dengan memberikan pelatihan terhadap masyarakat di sekitar lingkungan masyarakat.

K. MANFAAT ETIKA BISNIS DAN CSR

A. Manfaat Etika Bisnis

1. Adanya pengendalian diri

Pengendalian diri disini adalah pengendalian diri untuk seluruh pihak yang menjadi bagian dari perusahaan. Sehingga diharapkan hal ini dapat memberi kelancaran bisnis yang dijalankan dengan adanya rasa saling menghargai satu sama lain.

2. Menjadi sarana untuk pengembangan jati diri

Diharapkan dengan memahami EB dapat membentuk sebuah jati diri perusahaan, yang nantinya akan memberikan dampak yang cukup besar bagi perusahaan seperti misalnya matangnya konsep bisnis perusahaan sehingga membuat bisnis dapat berjalan dengan lancar.

3. Menciptakan suasana persaingan yang sehat

Pada saat menjalankan suatu bisnis harus siap menerima risiko yang akan terjadi dan menghadapinya dengan baik. Itu juga berlaku untuk mengatasi risiko adanya persaingan bisnis yang ketat baik terjadi pada internal atau eksternal perusahaan. Hal tersebut bisa diatasi dengan sehat jika perusahaan tersebut memiliki kesadaran EB serta tanggung jawab yang baik saat akan menjalankan suatu bisnis. Sehingga hal ini bisa membuat bisnis tersebut mampu bersaing di tengah persaingan yang ketat.

4. Membantu membentuk sikap saling percaya

Adanya sikap saling percaya antara individu atau kelompok dalam suatu perusahaan. Hal ini untuk menciptakan suasana bisnis yang sehat. Namun, jika tidak ada sikap saling percaya pada individu maka akan terjadi suasana yang tidak kondusif. Dengan adanya sikap saling percaya antar individu maka akan memberikan kelancaran pada suatu bisnis.

5. Memperhatikan kepentingan bersama

Dengan kesadaran EB pada tiap individu, akan berdampak pada pelaku bisnis untuk lebih memperhatikan kepentingan bersama daripada kepentingan individu. Sehingga untuk mewujudkan tujuan atau meraih kesuksesan dalam menjalankan bisnis ini tidak begitu sulit.

6. Menjaga kenyamanan dalam berbisnis

EB juga mampu menciptakan rasa kenyamanan dalam berbisnis. Kenyamanan berbisnis ini dapat mendorong pelaku bisnis untuk bekerja lebih optimal sehingga memberikan dampak positif bagi bisnis seperti tercapainya tepat waktu. Dimana hal ini pun bisa juga memberikan peran penting dalam meraih kesuksesan dalam berbisnis.

C. Manfaat CSR

Berikut ini terdapat beberapa manfaat csr, antara lain:

1. Bagi Masyarakat

- Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan kelestarian lingkungan
- Adanya beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut.
- Meningkatnya pemeliharaan fasilitas umum.
- Adanya pembangunan desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada.

2. Bagi Perusahaan

Berikut ini adalah manfaat CSR bagi perusahaan:

1. Meningkatkan citra perusahaan.
2. Mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain.
3. Memperkuat brand merk perusahaan dimata masyarakat.
4. Membedakan perusahaan tersebut dengan para pesaingnya.
5. Memberikan inovasi bagi perusahaan

BAB III

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam bisnis dengan para pelakunya yang merupakan orang biasa, maka diperlukan prinsip-prinsip etika bisnis dan moral yang melandasi setiap pelaku bisnis tersebut. Adanya etika bisnis membuktikan bahwa bagi bisnis justru tidak ada pengecualian serta bukan pula bentuk permusuhan yang lama terhadap bisnis dan kegiatan ekonomis. Etika bisnis adalah suatu kode etik perilaku pengusaha berdasarkan nilai-nilai moral dan norma yang dijadikan tuntunan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan. Kelompok pemilik kepentingan yang memengaruhi keputusan bisnis adalah 'ara pengusahaan mitra usaha, 'etani dan perusahaan pemasok bahan baku, organisasi pekerja, pemerintah, bank, investor, masyarakat umum serta pelanggan. Etika bisnis bisa membantu untuk mengambil keputusan moral yang dapat dipertanggungjawabkan, tapi tidak berniat mengganti tempat dari para pelaku moral dalam perusahaan.

CSR merupakan kewajiban mutlak perusahaan sebagai suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan berupa kepedulian dan perhatian pada komunitas sekitarnya. Manfaat ini dapat diperoleh apabila perusahaan menerapkan CSR atas dasar kesukarelaan, sehingga akan timbul hubungan timbal balik antara pihak perusahaan dengan masyarakat sekitar. Masyarakat akan secara sukarela membela keberlanjutan perusahaan tersebut dan memberikan persepsi yang baik pada perusahaan. Dengan begitu citra positif perusahaan akan terbentuk dengan sendirinya.

B . SARAN

Berdasarkan pada pembahasan etika bisnis dan CSR pada makalah ini maka ;

- Sebaiknya perusahaan memandang dan melaksanakan etika serta CSR secara sukarela sebagai bentuk kearifan moral perusahaan.
- Dalam pelaksanaan dan penerapan etika serta CSR sebaiknya tujuan dan fokus utamanya adalah kesejahteraan masyarakat dan upaya pelestarian lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan.
- Perusahaan sebaiknya menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dan komunitas sekitar, agar penerapan etika bisnis dan CSR tepat pada sasaran yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/25/110000869/csr--pengertian>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Etika> Muhammad Djakfar, Etika Bisnis, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 12. Hendrik Budi Untung, 2008, Corporate Social Responsibility, Penerbit Sinar Grafika, Jakarta, hal.1. 2 Maedjono Reksodiputro, 2005, Sektor Bisnis (Corporate) Sebagai Subjek Hukum Dalam Kajian Dengan HAM, Penerbit Refika Aditama, Hal. 73 <https://www.referensimakalah.com/2013/06/konsep-etika-bisnis.html> <https://www.cermati.com/artikel/pentingnya-menjaga-etika-bisnis-untuk-jalin-persaingan-yang-sehat-dan-positif> <https://idwebhost.com/blog/manfaat-etika-bisnis/>

<http://e-journal.uajy.ac.id/8259/3/EM218396.pdf> <http://www.rahmatullah.net/2013/11/tujuan-dan-ruang-lingkup-csr.html>

Syed Nawab Naqvi, Ethict and Economics: An Islamic Syntesis, telah diterjemahkan oleh Husin Anis: Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami. (Bandung: Mizan, 1993), h. 50-51 31 QS Al-Isra : 35 32 QS Al-Maidah : 8