

BAB V

PEMBAHASAN TEMUAN PENELITIAN

Bab Ini membahas temuan hasil penelitian untuk menghasilkan rekonstruksi konsep yang disusun menjadi proposisi-proposisi sebagai temuan teoritikal substantif dan formal. Pada bagian ini dibahas secara berurutan sesuai dengan rumusan-rumusan masalah berikut ini :

A. Implementasi program CSR oleh ketiga perusahaan dalam pendidikan

Islam

Ketiga perusahaan menunjukkan bahwa CSR pendidikan Islam tidak lagi dipahami sebagai bantuan sosial sesaat, tetapi telah berkembang menjadi strategi pembangunan pendidikan Islam yang terencana, sistematis, berkelanjutan, berbasis pemberdayaan, dan berorientasi pada penguatan sumber daya manusia berbasis nilai Islam. Program CSR mencakup beasiswa, pembangunan fasilitas pendidikan, pendukung pesantren, peningkatan kualitas tenaga pendidik, serta pengembangan karakter dan nilai Qur'ani.

Teori pemangku kepentingan yang dikembangkan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 menegaskan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak terbatas pada pemegang saham saja, tetapi juga mencakup seluruh pihak yang terdampak oleh aktivitas perusahaan, seperti masyarakat, pemerintah, karyawan, konsumen, serta lingkungan. Freeman dan rekan-rekannya menjelaskan bahwa teori stakeholder kerap dijadikan dasar utama untuk memahami alasan perusahaan mengungkapkan informasi

keberlanjutan. Prinsip utama dalam teori ini menyatakan bahwa keberlangsungan perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya dalam membangun dan menjaga hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan kunci melalui pendekatan yang tepat.³⁶¹

Teori ini menekankan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya berfokus pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang terpengaruh oleh aktivitas perusahaan, seperti karyawan, konsumen, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan. Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan perlu menjaga hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan melalui komunikasi dan pendekatan yang tepat agar memperoleh dukungan terhadap keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, pengungkapan informasi keberlanjutan menjadi penting sebagai bentuk tanggung jawab dan upaya perusahaan dalam memenuhi harapan para stakeholder.

Teori *stakeholder* merupakan kumpulan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungannya, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan.³⁶² Teori stakeholder menekankan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan melalui kepatuhan hukum, penghargaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen untuk mendukung

³⁶¹ Alfaiz and Aryati, "Pengaruh Tekanan Stakeholder Dan Kinerja Keuangan Terhadap Kualitas Sustainability Report Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi," h. 11.

³⁶² Lela Nurlaela Wati and MM Se, *Model Corporate Social Responsibility (CSR)* (myria publisher, 2019), h. 9.

pembangunan berkelanjutan. Teori stakeholder menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana.³⁶³ Teori stakeholder menekankan bahwa akuntabilitas organisasi tidak hanya diukur dari kinerja keuangan atau ekonomi semata, tetapi juga dari tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan, termasuk aspek sosial, lingkungan, dan etika dalam menjalankan aktivitas bisnis.

Stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat, dan lingkungan sekitar, serta pemerintah selaku regulator.³⁶⁴ Stakeholder perusahaan merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberadaan dan aktivitas perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, lingkungan sekitar, serta pemerintah sebagai regulator.

Teori ini merupakan salah satu konsep penting dalam kajian CSR yang menekankan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab secara sistematis terhadap seluruh pihak yang berkepentingan dengan keberadaan perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dinilai dari sejauh mana keputusan-keputusan manajerial tidak hanya berorientasi pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga mempertimbangkan

³⁶³ Deegan, Rankin, and Voght, "Firms' Disclosure Reactions to Social Incidents: Australian Evidence," h. 120.

³⁶⁴ Azizul Kholis, *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi* (Medan: Economic & Business Publishing, 2020), h. 12
https://fliphtml5.com/shumz/bupc/Buku_CSR_Dr._Azizul_Kholis, h. /4/.

kepentingan para pemangku kepentingan lainnya.³⁶⁵ Teori ini menegaskan bahwa perusahaan yang bertanggung jawab sosial tidak hanya fokus pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga secara sistematis memperhatikan kesejahteraan semua stakeholder yang terlibat dalam perusahaan.

Frase 'triple bottom line' (TBL) diciptakan oleh Elkington pada tahun 1998 untuk memperluas agenda lingkungan hidup mereka yang bekerja menuju keberlanjutan sehingga secara eksplisit memasukkan dimensi social.³⁶⁶ ada empat aspek keberlanjutan, yang perlu diakui dan dianalisis, yaitu:

1. Pengaruh kemasyarakatan, yang kami definisikan sebagai ukuran dampak yang dibuat masyarakat terhadap korporasi dalam hal kontrak sosial dan pengaruh pemangku kepentingan;
2. dampak lingkungan, yang kami definisikan sebagai efek tindakan korporasi terhadap lingkungan geofisiknya;
3. budaya organisasi, yang kami definisikan sebagai hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan internal, khususnya karyawan, dan semua aspek dari hubungan itu dan
4. keuangan, yang kami definisikan dalam hal pengembalian yang memadai untuk tingkat risiko yang dilakukan.³⁶⁷

³⁶⁵ Saputra and Muhtarom, *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Moderasi Beragama: Konsep Dan Pendekatan Dalam Etika Bisnis Islam Di Lembaga Perbankan Syariah*, Cetakan 1, h. 22.

³⁶⁶ Ardianto and Machfudz, *Efek Kedermawanan Pebisnis Dan CSR*, h. 15.

³⁶⁷ Luk Luk Fuadah, Yuliani, and Rika Henda Safitri, *Pengungkapan Sustainability Reporting Di Indonesia* (Palembang: Citrabooks Indonesia, 2018.), h. 67.

Terdapat empat aspek keberlanjutan yang perlu diperhatikan dan dianalisis oleh perusahaan. Pertama, aspek pengaruh kemasyarakatan, yaitu dampak yang ditimbulkan masyarakat terhadap perusahaan melalui kontrak sosial dan pengaruh para pemangku kepentingan. Kedua, aspek dampak lingkungan, yang berkaitan dengan pengaruh aktivitas perusahaan terhadap kondisi lingkungan geofisik di sekitarnya. Ketiga, aspek budaya organisasi, yang mencerminkan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan internal, terutama karyawan, termasuk seluruh aspek dalam hubungan tersebut. Keempat, aspek keuangan, yang berfokus pada kemampuan perusahaan memperoleh pengembalian yang memadai sesuai dengan tingkat risiko yang dihadapi.

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) menekankan bahwa perusahaan sebaiknya menempatkan kepentingan para pemangku kepentingan yaitu semua pihak yang terlibat atau terdampak oleh aktivitas Perusahaan di atas kepentingan pemegang saham. Kepentingan pemangku kepentingan ini dapat dibagi menjadi tiga aspek utama: keberlanjutan laba, kesejahteraan masyarakat, dan kelestarian lingkungan.³⁶⁸ Konsep Triple Bottom Line (TBL) menekankan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada kepentingan pemegang saham, tetapi juga harus memperhatikan kepentingan seluruh pemangku kepentingan yang terlibat atau terdampak oleh aktivitas perusahaan. Konsep ini mencakup tiga aspek utama, yaitu keberlanjutan keuntungan perusahaan, kesejahteraan masyarakat, dan kelestarian lingkungan sebagai dasar dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan.

³⁶⁸ Limijaya, *TRIPLE BOTTOM LINE DAN SUSTAINABILITY*; Munawir Sjadzali, *Islam dan Tata Negara; Ajaran, SejarahHlm dan Pemikiran* (Jakarta : UI Press. 1993), edisi v, HLM 67, 14.

Tanggung jawab yang harus dipertanggung jawabkan menurut Islam yaitu:³⁶⁹

1. Antara Manusia dengan Tuhan Allah

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan memanfaatkan segala yang tersedia, namun setiap kegiatan harus dijalankan sesuai *prinsip Corporate Social Responsibility* (CSR) yang halal dan sesuai syariat. Ketika rezeki yang diperoleh sudah cukup bahkan berlebih, dianjurkan untuk memberikan sebagian harta kepada fakir miskin. Allah berfirman dalam QS. At-Taubah: 103, bahwa zakat dapat membersihkan dan mensucikan harta serta mendoakan penerimanya, yang memberikan ketenteraman bagi mereka, dan Allah Maha Mendengar dan Maha Mengetahui. Dari ayat ini dapat dipahami bahwa CSR dalam perspektif Islam bertujuan untuk menciptakan kebijakan dan aktivitas ekonomi yang bebas dari praktik ribawi. Dengan demikian, salah satu ciri utama orang bertaqwa adalah senantiasa menjalankan kegiatan bisnis sesuai prinsip mu'amalah Islami. Antara Manusia dengan Alam Rana

2. Antara Manusia dengan Lingkungan

Hal utama yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan persoalan tanggung jawab sosial adalah lingkungan alam. Dalam peranannya sebagai khalifah, seorang pengusaha muslim diharapkan memelihara lingkungan alamnya. Sejumlah contoh semakin memperjelas betapa pentingnya hubungan Islam dengan lingkungan alam; perlakuan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) binatang; polusi lingkungan

³⁶⁹ Dicky Sony Saputra dan MuHlmtarom, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM PERSPEKTIF MODERASI BERAGAMA: Konsep Dan Pendekatan Dalam Etika Bisnis Islam Di Lembaga Perbankan Syariah* h. 48

dan hak-hak kepemilikan; dan polusi lingkungan terhadap sumber- sumber alam bebas seperti misalnya udara dan air. Islam menekankan peranan manusia atas lingkungan alam dengan membuatnya bertanggungjawab terhadap lingkungan sekelilingnya sebagai khalifah Allah SWT termaktub dalam firman Allah: ”Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat, “Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi”. Mereka berkata, “Mengapa engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui”. Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya.” (QS. Al-Baqarah : 30)..

3. Antara Manusia dengan Manusia

Selain memiliki tanggung jawab terhadap berbagai pihak yang berkepentingan dalam kegiatan usahanya dan lingkungan sekitarnya, kaum Muslim dan organisasi tempat mereka bekerja juga diharapkan memperhatikan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya. Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial (CSR), pengusaha Muslim wajib memperhatikan kesejahteraan anggota masyarakat yang miskin dan lemah. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa: 75, yang menekankan pentingnya membela orang-orang yang lemah, baik laki-laki, perempuan, maupun anak-anak, serta membantu mereka memperoleh perlindungan dan pertolongan dari Allah.

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karena manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan, salah satunya

melalui bekerja. Sedangkan salah satu dari ragam bekerja adalah berbisnis. Bisnis Islami adalah kumpulan aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara mendapatkan dan memanfaatkan hartanya, terdapat aturan halal dan haram.³⁷⁰ Dan tentu saja, kita sebagai muslim harus mewajibkan dan mementingkan yang halal dari pada yang haram.³⁷¹ Seorang muslim yang baik adalah mereka yang memperhatikan faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) dunia dan akhirat secara seimbang, bukan meninggalkan urusan dunia demi kepentingan akhirat, juga yang meninggalkan akhirat untuk urusan dunia.³⁷²

Paparan di atas, dapat dipahami bahwasannya diantara tanggung jawab yang harus dipertanggung jawabkan yaitu tanggung jawab antara manusia dengan Tuhan, tanggung jawab manusia dengan alam, dan antara manusia dengan manusia. Semua kegiatan bisnis pada dasarnya harus dipertanggung jawabkan meskipun itu sekecil biji sawi. Kegiatan bisnis akan berjalan dalam jangka panjang jika semua aspek diperhatikan dengan membatasi cara perolehan dan pendayagunaan hartanya serta melihat dari aspek halal atau haram dalam kegiatan bisnis tersebut.

Menurut suharyadi dan Arissetyanto Nugroho, beberapa bentuk pertanggung jawaban soaial dapat dirumuskan sebagai berikut:

³⁷⁰ Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta Gema Insani, 2002), h. 18.

³⁷¹ Mustaq AHIImmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, TerjemaHlman Samson RaHIImman, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h. 109-110.

³⁷² M. SHImolaHIImuddin, *Asas-asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 31.

a. Tanggung jawab terhadap lingkungan, di mana perusahaan harus senantiasa menjaga kelestarian dan keseimbangan lingkungan.

b. Tanggung jawab terhadap karyawan, dengan cara selalu memperhatikan masukan dan pendapat mereka, memberikan kompensasi yang layak, serta menanamkan kepercayaan penuh.

c. Tanggung jawab terhadap pelanggan, seperti menyediakan produk dan jasa berkualitas, menetapkan harga yang wajar, serta melindungi hak-hak konsumen.

d. Tanggung jawab terhadap investor, dengan kemampuan mengembalikan investasi secara menarik melalui optimalisasi keuntungan dan pelaporan kinerja keuangan yang transparan.

e. Tanggung jawab terhadap masyarakat sekitar, misalnya dengan menciptakan lapangan kerja dan menjaga kondisi lingkungan tetap sehat. Tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan kepedulian perusahaan dalam mengelola operasionalnya agar tidak merugikan masyarakat dan lingkungan, bahkan sebaliknya dapat memberikan manfaat. Hal ini diwujudkan melalui kegiatan yang berdampak positif bagi masyarakat, karyawan, dan investor.³⁷³

Menurut Suharyadi dan Arissetyanto Nugroho, tanggung jawab sosial perusahaan mencakup beberapa aspek penting, yaitu tanggung jawab terhadap lingkungan, karyawan, pelanggan, investor, dan masyarakat sekitar. Perusahaan diharapkan menjaga kelestarian lingkungan, memberikan perhatian dan kompensasi

³⁷³ SuHlmaryadi dan Arissetyanto NugroHlmo, *KewirausaHlmaan Membangun UsaHlma Sukses Sejak Usia Muda*, (Jakarta: Salemba, 2007), Hlm. 219.

yang layak kepada karyawan, menyediakan produk serta jasa berkualitas bagi pelanggan, menjaga transparansi dan keuntungan bagi investor, serta memberikan manfaat bagi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan lingkungan yang sehat. Dengan demikian, tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan kepedulian perusahaan dalam menjalankan operasionalnya agar tidak merugikan, melainkan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Menurut Suharto tahun 2010 menyatakan bahwa implementasi dan beberapa model pelaksanaan CSR, yakni:

CSR Pendidikan, dengan program unggulannya mendirikan kampus/Universitas, memberikan beasiswa untuk biaya kuliah, biaya hidup, dan buku-buku untuk jangka waktu empat tahun,

- a. CSR kesehatan, seperti peralatan posyandu dan perbaikan infrastruktur puskesmas di daerah perusahaan,
- b. CSR Lingkungan, seperti program pembibitan dan pelestarian tanaman lokal
- c. CSR Sosial, seperti beasiswa kepada siswa kurang mampu di sekitar lingkungan perusahaan,
- d. CSR Ekonomi dan Kewirausahaan, seperti lembaga keuangan mikro, bantuan modal kepada pengusaha-pengusaha kecil, pemberdayaan UKM, dan Program pemberdayaan petani.³⁷⁴

³⁷⁴ Rita Suirlan, *Transformasi Sosial Melalui CSR: Dalam Pemberdayaan Masyarakat Tambang* (Penerbit Adab, 2024), h. 21.

Implementasi CSR dalam konteks Pendidikan Islam mencakup berbagai model, seperti CSR pendidikan, kesehatan, lingkungan, sosial, dan ekonomi, sangat sejalan dengan ajaran Islam tentang pentingnya kontribusi terhadap kesejahteraan umat. Dengan membantu masyarakat dalam pendidikan, kesehatan, dan ekonomi, perusahaan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosialnya, tetapi juga berperan dalam membangun masyarakat yang lebih baik dan mandiri, sesuai dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya berbagi dan memberi manfaat bagi sesama.

Sedikitnya ada empat model atau pola CSR yang umumnya diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu:

a. Keterlibatan langsung.

Perusahaan dapat melaksanakan program CSR secara langsung dengan mengorganisasi sendiri berbagai kegiatan sosial atau menyalurkan bantuan kepada masyarakat tanpa melalui pihak perantara. Dalam pelaksanaannya, perusahaan umumnya menunjuk pejabat senior tertentu, seperti sekretaris perusahaan, manajer urusan publik, atau menjadikannya sebagai bagian dari tanggung jawab divisi hubungan masyarakat (public relations)..

b. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan.

Perusahaan dapat membentuk yayasan tersendiri yang berada di bawah naungan perusahaan atau kelompok usahanya. Pola ini merupakan adaptasi dari praktik yang umum diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di negara maju. Dalam pelaksanaannya, perusahaan biasanya mengalokasikan dana awal, dana berkala, atau dana abadi yang dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk mendukung aktivitas

yayasan. Sejumlah contoh yayasan yang didirikan oleh perusahaan antara lain Yayasan The Coca-Cola Company, Yayasan Rio Tinto di sektor pertambangan, Yayasan Dharma Bhakti Astra, Yayasan Sahabat Aqua, serta GE Fund.

c. Bermitra dengan pihak lain.

Perusahaan dapat melaksanakan program CSR melalui kerja sama dengan berbagai pihak, seperti lembaga sosial atau organisasi non-pemerintah (NGO/LSM), instansi pemerintah, perguruan tinggi, maupun media massa, baik dalam pengelolaan dana maupun dalam pelaksanaan kegiatan sosial. Sejumlah lembaga sosial atau organisasi nirlaba yang kerap bermitra dengan perusahaan dalam pelaksanaan CSR antara lain Palang Merah Indonesia (PMI), Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI), dan Dompot Dhuafa. Selain itu, kerja sama juga dilakukan dengan instansi pemerintah seperti Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), Departemen Pendidikan Nasional, Departemen Kesehatan, dan Departemen Sosial, serta dengan perguruan tinggi seperti Universitas Indonesia (UI), Institut Teknologi Bandung (ITB), dan Institut Pertanian Bogor (IPB). Di samping itu, perusahaan juga dapat menggandeng media massa, seperti Dana Kemanusiaan Kompas dan program Kita Peduli Indosiar.).

d. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.

Perusahaan dapat berperan dengan ikut mendirikan, menjadi anggota, atau memberikan dukungan terhadap suatu lembaga sosial yang dibentuk untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model pelaksanaan CSR lainnya, pola ini lebih menitikberatkan pada penyaluran dana perusahaan dalam bentuk hibah yang bersifat

pembangunan. Dalam mekanisme ini, konsorsium atau lembaga terkait yang mendapat kepercayaan dari perusahaan-perusahaan pendukung berperan secara proaktif dalam menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga pelaksana, serta merancang dan mengembangkan program-program sosial berdasarkan kesepakatan bersama.³⁷⁵

Sedikitnya terdapat empat model atau pola pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang umum diterapkan oleh perusahaan di Indonesia. Pertama, keterlibatan langsung, yaitu perusahaan menjalankan program CSR secara mandiri melalui kegiatan sosial atau penyaluran bantuan, yang biasanya dikelola oleh divisi terkait seperti public relations atau manajemen perusahaan. Kedua, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, yaitu dengan membentuk lembaga khusus yang dibiayai oleh perusahaan untuk menjalankan program sosial secara berkelanjutan.

Ketiga, bermitra dengan pihak lain, yakni perusahaan bekerja sama dengan lembaga sosial, pemerintah, perguruan tinggi, atau media dalam pelaksanaan program CSR agar lebih efektif dan tepat sasaran. Keempat, mendukung atau bergabung dalam konsorsium, yaitu perusahaan ikut serta dalam lembaga sosial bersama perusahaan lain yang berfokus pada program-program sosial tertentu, di mana pelaksanaannya dilakukan secara kolektif melalui kesepakatan bersama.

Menurut Zaim Saidi, model CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang berlaku di negara Indonesia ada empat, yaitu:³⁷⁶

³⁷⁵ Azizul Kholis, *Corporate Social Responsibility: Konsep Dan Implementasi* (Medan: Economic & Business Publishing, 2020), h. 95.

³⁷⁶ Zaim Saidi and Hamid Abidin, *Menjadi Bangsa Yang Pemurah: Wacana Dan Praktik Kedermawanan Sosial Di Indonesia* (Jakarta: Pustaka, 2004), h. 83.

a. Keterlibatan langsung

Perusahaan melaksanakan program CSR secara mandiri dengan menyalurkan bantuan atau sumbangan langsung kepada masyarakat tanpa melibatkan pihak perantara. Pelaksanaan kegiatan ini biasanya ditangani oleh divisi hubungan masyarakat atau kelompok CSR yang secara khusus ditunjuk oleh perusahaan.

b. Melalui lembaga internal

Perusahaan membentuk lembaga atau yayasan binaan yang berada di bawah pengelolaannya sendiri. Pola ini umumnya diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang telah maju, dengan menyediakan dana awal serta pendanaan rutin untuk mendukung operasional dan keberlanjutan lembaga tersebut.

c. Kemitraan dengan pihak lain

Perusahaan menjalankan program CSR melalui kerja sama dengan berbagai pihak, baik lembaga sosial maupun non-sosial, guna mencapai tujuan program yang telah direncanakan secara bersama.

d. Bergabung dalam konsorsium

Perusahaan berpartisipasi dengan turut mendirikan dan menjadi anggota suatu lembaga sosial yang dibentuk untuk tujuan tertentu. Model ini cenderung berorientasi pada penyaluran bantuan perusahaan dalam bentuk hibah pembangunan..

Langkah mendapatkan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) diantaranya sebagai berikut: Berikut ini sedikit trik & tips mendapatkan bantuan modal usaha dengan memanfaatkan dana CSR (Corporation Sosial Responsibility) dunia usaha atau industri

a. Menyusun proposal yang memuat rencana program secara komprehensif, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat.

b. Program yang diajukan sebaiknya relevan dan mampu mendukung kebutuhan dunia usaha atau industri yang menjadi calon pemberi bantuan CSR.

c. Mengunjungi secara langsung dunia usaha atau dunia industri (DU/DI) yang dituju dengan menemui unit atau petugas yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan CSR, umumnya melalui bagian informasi, kemitraan, atau bina lingkungan. Apabila pihak perusahaan tertarik terhadap proposal atau program yang ditawarkan, mereka biasanya akan menjelaskan persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh pendanaan CSR, yang menjadi dasar pertimbangan perusahaan dalam menyalurkan bantuan.

d. Menyertakan laporan kegiatan berupa success story atau capaian lembaga, termasuk prestasi yang pernah diraih serta data lulusan peserta didik yang telah bekerja di dunia usaha atau industri.

e. Menunjukkan kepada pihak dunia usaha atau industri bahwa lembaga telah memiliki peserta didik yang membutuhkan pembekalan keterampilan atau pendidikan vokasional sebagai bekal untuk kemandirian.

f. Setelah memperoleh bantuan CSR, lembaga perlu menyampaikan laporan keuangan dan laporan pelaksanaan kegiatan secara transparan. Selain itu, kedekatan lokasi lembaga dengan pihak pemberi bantuan CSR dapat menjadi salah satu pertimbangan prioritas.

g. Menjalin kerja sama lanjutan dengan dunia usaha atau industri, khususnya dalam penyediaan program pemagangan bagi peserta didik, sebagai bukti pemanfaatan dana CSR yang efektif.

h. Mengupayakan pendekatan kepada sebanyak mungkin dunia usaha atau industri yang berada di sekitar lokasi lembaga guna memperluas peluang kerja sama CSR.³⁷⁷

Langkah mendapatkan bantuan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilakukan melalui beberapa tahapan strategis. Pertama, menyusun proposal program yang komprehensif, terutama yang berfokus pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat. Kedua, memastikan program yang diajukan relevan dengan kebutuhan dunia usaha atau industri sebagai calon pemberi CSR. Ketiga, melakukan pendekatan langsung ke perusahaan melalui unit atau bagian yang menangani CSR untuk mempresentasikan proposal.

Selanjutnya, lembaga perlu melampirkan bukti capaian atau success story, termasuk prestasi dan data lulusan yang telah terserap di dunia kerja. Selain itu, penting menunjukkan adanya peserta didik yang membutuhkan pelatihan atau pendidikan vokasional sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan SDM. Setelah bantuan diperoleh, transparansi laporan keuangan dan kegiatan harus dijaga, disertai upaya menjalin kerja sama lanjutan seperti program magang. Terakhir, memperluas jaringan

³⁷⁷ Ainur Rochmaniah and Kukuh Sinduwiatmo, *Buku Ajar Corporate Social Responsibility Dan Community Development*, ed. Isnaini Rodiyah (Sidoarjo, Jawa Timur: UMSIDA Press, 2020), h. 51.

dengan sebanyak mungkin dunia usaha di sekitar juga menjadi strategi penting untuk meningkatkan peluang kerja sama CSR.

Strategi implementasi CSR memiliki ketergantungan arah mana kebijakan CSR harus dilakukan. Strategi di sini merupakan sarana untuk menjabarkan visi, misi, dan kebijakan CSR yang akan dipraktikkan. Pada banyak kasus, CSR perusahaan dilakukan dengan mengacu pada strategi, yakni:

1. *Public Relation*

Strategi ini ditujukan untuk ketercapaian tujuan CSR dalam kerangka membangun dan menanamkan persepsi masyarakat tentang perusahaan. Strategi ini bertujuan membangun citra positif perusahaan di mata masyarakat melalui berbagai kegiatan komunikasi yang mendukung pelaksanaan CSR. Public Relation berperan penting dalam menanamkan persepsi bahwa perusahaan peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungan sosialnya.

2. *Strategi Defensif*

Usaha dilakukan untuk menagkis atau mengubah anggapan negatif yang telah tertanam pada diri komunitas terhadap perusahaan. Strategi ini umumnya digunakan setelah komplain para pemangku kepentingan terjadi kepada perusahaan.

3. *Community Development*

Melakukan program atau kegiatan untuk komunitas sekitar perusahaan atau melakukan kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil kegiatan pokok perusahaan.³⁷⁸

³⁷⁸ Kholis, *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi*. h. 7

Perusahaan tidak hanya berfokus pada kegiatan operasional bisnis semata, namun juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas di sekitarnya. Melalui program community development, perusahaan berupaya memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk program yang tidak terkait langsung dengan aktivitas bisnis inti, seperti pelatihan keterampilan, bantuan pembangunan infrastruktur sosial, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Tujuannya adalah untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan komunitas, serta mendukung pembangunan berkelanjutan di wilayah operasional perusahaan.

Pandangan ini mengandung ide-ide yang berisi nilai-nilai secara integral dalam kegiatan ekonomi perusahaan dan asosiasi pemangku kepentingan yang berkelanjutan. Mengambil strategi perusahaan secara serius melibatkan klarifikasi prioritas, melihat apa kartu tru dalam bisnis tertentu, dan melihat bagaimana perusahaan bersatu untuk membuat semua orang lebih baik (Freeman dan Gilbert 1988).³⁷⁹ Dengan demikian, inti normatif perlu dilihat dalam hal potensinya untuk berfungsi sebagai kandidat bagi strategi perusahaan, sesuatu yang dapat mengatur dan mengarahkan kegiatan perusahaan dan manajer yang menjalankannya.

Hal ini sejalan dengan pandangan Ridhahani (2019) dalam buku *Revitalisasi Pendidikan nilai dan karakter dalam proses pembelajaran di era milenial* menegaskan bahwa nilai etika berlandaskan pada makna moral dan mengandung implikasi tanggung

³⁷⁹ Freeman, *Stakeholder Theory* (Cambridge University Press, 2010), h. 221.

jawab bagi individu dalam melaksanakan kewajibannya.³⁸⁰ . Dengan kata lain, penerapan nilai etika dalam dunia korporasi menuntut adanya kesadaran dan komitmen moral, di mana setiap keputusan bisnis tidak hanya didasarkan pada pertimbangan keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tanggung jawab moral terhadap karyawan, masyarakat, dan lingkungan.

Pendekatan CSR yang disesuaikan dengan nilai dan karakter perusahaan (teknokratik, partisipatif, atau spiritual) memperkuat efektivitas dan keberterimaan program di masyarakat. CSR pendidikan Islam yang menysar berbagai lapisan penerima manfaat (lembaga, individu, dan masyarakat umum) mampu menciptakan efek ganda, yakni penguatan keagamaan dan pemberdayaan sosial-ekonomi. Setiap perusahaan membentuk identitas sosial melalui CSR yang sejalan dengan nilai korporasi, yakni PT Adaro lebih struktural, Arutmin menggunakan partisipatif, dan Hasnur pendekatan spiritual). Ini memperkuat keterhubungan dengan masyarakat.

Menurut Carroll (1991), tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terdiri atas empat dimensi utama, yaitu tanggung jawab ekonomi (profit), tanggung jawab hukum (legal), tanggung jawab etika (ethical), dan tanggung jawab filantropi (philanthropic) yang dijalankan secara simultan. Dalam konteks pendidikan Islam, filantropi dimaknai sebagai bentuk kepedulian korporasi dalam merespons ekspektasi masyarakat agar perusahaan berperan sebagai warga korporat yang bertanggung jawab. Hal ini diwujudkan melalui keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan atau program yang

³⁸⁰ Ridhahaani, *Revitalisasi Pendidikan Nilai dan Karakter dalam Proses pembelajaran di Era Millenial*, Cetakan pertama (Antasari Press, 2019), h. 12.

bertujuan meningkatkan kesejahteraan manusia serta membangun nilai-nilai kebaikan. Bentuk filantropi dapat berupa kontribusi sumber daya keuangan maupun penyediaan waktu dan keahlian manajerial, seperti dukungan terhadap bidang seni, pendidikan, dan kegiatan sosial kemasyarakatan. Salah satu contohnya adalah program peminjaman eksekutif yang memberikan dukungan kepemimpinan bagi kampanye sosial masyarakat, seperti United Way..³⁸¹

Pendidikan Islam dalam konteks, dimensi filantropis dari CSR memegang peran penting karena mencerminkan semangat kedermawanan (infaq, sadaqah, dan waqaf) yang menjadi bagian integral dari nilai-nilai Islam. Filantropi korporat dalam hal ini mencakup tindakan sukarela perusahaan sebagai respons terhadap harapan masyarakat agar bisnis bertindak sebagai warga korporat yang baik.

Kontribusi *filantropi* ini dapat berupa dukungan finansial, penyediaan fasilitas pendidikan, pelatihan guru, hingga partisipasi eksekutif perusahaan dalam pengembangan komunitas pendidikan Islam. Misalnya, ketika perusahaan mendanai pembangunan sekolah Islam, memberikan beasiswa bagi santri, atau menugaskan staf manajerial untuk membantu perencanaan strategis lembaga pendidikan, maka mereka tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga memperkuat keterlibatan moral dan spiritual dalam pembangunan umat.

Contoh konkret dari *filantropi* semacam ini adalah program “executive loan”, di mana pimpinan perusahaan dipinjamkan sementara ke lembaga pendidikan atau

³⁸¹ Carroll, A. B., *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders.*, h. 5.

lembaga sosial Islam untuk membantu pengelolaan dan peningkatan mutu. Tindakan ini sejalan dengan nilai kebajikan (ihsan) dalam Islam yang mendorong kontribusi aktif terhadap kemaslahatan bersama. Pelaksanaan CSR yang komprehensif menurut Carroll, terutama aspek filantropisnya, sangat relevan dengan misi pendidikan Islam dalam membangun masyarakat yang adil, peduli, dan beradab.

Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam konteks Pendidikan Islam, yang dijelaskan oleh Carroll (1991) sangat relevan, terutama dalam aspek filantropi yang mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan masyarakat. Dalam ajaran Islam, filantropi atau sadaqah tidak hanya sekadar memberi, tetapi juga merupakan bentuk pengabdian dan kepedulian sosial terhadap sesama. Konsep ini sejalan dengan tanggung jawab sosial perusahaan yang berperan dalam meningkatkan kualitas hidup umat manusia.

Filantropi mencakup tindakan korporasi yang merupakan respons terhadap harapan masyarakat agar bisnis menjadi warga korporat yang baik. Ini termasuk terlibat aktif dalam tindakan atau program untuk meningkatkan kesejahteraan manusia atau niat baik. Contoh filantropi termasuk kontribusi bisnis berupa sumber daya keuangan atau waktu eksekutif, seperti kontribusi untuk seni, pendidikan, atau masyarakat. Program eksekutif pinjaman yang menyediakan kepemimpinan untuk kampanye United Way suatu masyarakat adalah salah satu contoh *filantropi*.³⁸²

³⁸² Archie B. Carroll, *The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders*, (Business Horizons, t.t.), HLM. 42.

Prinsip CSR dalam konteks Pendidikan Islam, khususnya filantropi, sejalan dengan ajaran Islam tentang sadaqah sebagai bentuk pengabdian dan kepedulian sosial. CSR ini mencerminkan tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan berkontribusi pada kualitas hidup umat manusia. Keberhasilan program CSR pendidikan Islam sangat dipengaruhi oleh sistem evaluasi berbasis data, pelibatan masyarakat, serta dokumentasi dan replikasi praktik baik. Investasi pada pendidikan keagamaan tidak hanya menghasilkan pengetahuan agama, tapi juga membangun jejaring sosial dan modal manusia yang produktif secara ekonomi. Pelibatan masyarakat dalam evaluasi menciptakan transparansi dan kepemilikan lokal, yang penting untuk keberlanjutan sosial dan pendidikan.

Empat elemen utama, yang sesuai dengan model untuk mengevaluasi keberlanjutan yang dijelaskan sebelumnya. Keempat elemen utama keberlanjutan ini adalah:

1. Mempertahankan aktivitas ekonomi

Aktivitas ekonomi harus menjadi tujuan utama perusahaan serta dasar bagi pengorganisasian seluruh kegiatan korporasi, yang secara langsung berkaitan dengan aspek keuangan.

2. Konservasi lingkungan

Upaya konservasi penting untuk menjaga keberlanjutan opsi dan sumber daya bagi generasi mendatang, yang terkait erat dengan aspek dampak lingkungan.

3. Memastikan keadilan sosial

Meliputi kegiatan seperti pengentasan kemiskinan, perlindungan hak asasi manusia, promosi pendidikan universal, dan fasilitasi perdamaian dunia, yang berkaitan dengan pengaruh sosial perusahaan.

4. Pengembangan nilai-nilai spiritual dan budaya

Mencakup upaya menyelaraskan nilai-nilai korporat dan masyarakat dalam individu, sekaligus mendorong atau menolak berbagai elemen lain sesuai nilai-nilai tersebut, yang berkaitan dengan aspek budaya organisasi.³⁸³

Keberlanjutan dapat dievaluasi melalui empat elemen utama, yakni pertama, mempertahankan aktivitas ekonomi yang berfokus pada aspek keuangan perusahaan; kedua, konservasi lingkungan untuk menjaga keberlanjutan sumber daya bagi generasi mendatang; ketiga, memastikan keadilan sosial melalui penghapusan kemiskinan, hak asasi manusia, dan pendidikan; dan keempat, mengembangkan nilai-nilai spiritual dan budaya yang selaras dengan nilai-nilai korporat dan masyarakat, yang mendukung budaya organisasi yang positif.

Dimensi pemangku kepentingan dapat dibangun atas dasar pemecahan masalah penciptaan nilai dan perdagangan. Dari perspektif yang realistis, manajer menghadapi tekanan simultan dari beberapa pemangku kepentingan. Ini juga merupakan cara yang lebih baik untuk memahami implikasi jangka panjang dari tindakan perusahaan, karena

³⁸³ Ibrahim Ozer Ertuna, *Wealth, Welfare and the Global Free Market: A Social Audit of Capitalist Economics*, Corporate Social Responsibility Series (London: Routledge, 2016), h. 55, <https://doi.org/10.4324/9781315547572>.

mengabaikan atau merugikan salah satu pemangku kepentingan utama perusahaan dapat menyebabkan implikasi negatif bagi perusahaan di masa mendatang.

Misalnya, restrukturisasi perusahaan yang merusak kepercayaan antara karyawan dan manajemen dapat menghasilkan penghematan biaya dalam jangka pendek, tetapi dapat menyebabkan masalah serius dengan pergantian karyawan dan produktivitas di masa mendatang. Ketika ukuran kinerja berbasis luas dikembangkan, penting untuk menghindari asumsi bahwa semuanya diperlakukan sama.³⁸⁴

Dimensi pemangku kepentingan menekankan pentingnya penciptaan nilai dan penyelesaian masalah secara inklusif. Dalam praktiknya, manajer menghadapi tekanan dari berbagai pihak secara bersamaan. Mengabaikan salah satu pemangku kepentingan dapat berdampak negatif jangka panjang bagi perusahaan. Misalnya, efisiensi jangka pendek dari restrukturisasi dapat merusak kepercayaan karyawan dan berdampak pada produktivitas di masa depan. Oleh karena itu, dalam mengukur kinerja, penting untuk mempertimbangkan dampak yang tidak merata bagi tiap pemangku kepentingan.

Sebaliknya, evaluasi perusahaan berdasarkan beberapa pemangku kepentingan mungkin disertai dengan analisis kontribusi, biaya, dan risiko masing-masing. Pemahaman tentang kepentingan semua pemangku kepentingan yang sah hanya akan datang melalui analisis dan kepekaan terhadap keragaman budaya. Komitmen

³⁸⁴ R. Edward Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Cambridge: Cambridge University Press, 2010), h. 119.

pemimpin strategis untuk melayani klaim pemangku kepentingan yang sah akan berkontribusi pada pembentukan dan kelanjutan budaya organisasi yang etis.³⁸⁵

Evaluasi berbasis pemangku kepentingan tidak hanya menekankan distribusi manfaat, tetapi juga menitikberatkan pada pembangunan kepercayaan dan keberlanjutan jangka panjang. Dalam konteks dunia yang saling terhubung dan memiliki kompleksitas budaya, keberhasilan organisasi bergantung pada kemampuan untuk mengelola dinamika kepentingan, menyeimbangkan kontribusi dan risiko, serta membangun sistem etika yang menjadi landasan strategi. Salah satu pendekatan evaluasi yang tepat adalah evaluasi partisipatif. Secara teoritis, evaluasi partisipatif, sebagaimana dikemukakan oleh J. Bradley Cousins dan Lorna M. Earl (1992), merupakan pengembangan dari model berbasis pemangku kepentingan yang menekankan peningkatan pemanfaatan evaluasi melalui perluasan kedalaman dan jangkauan partisipasi.³⁸⁶

Teori Evaluasi Partisipatif yang dikembangkan oleh Cousins dan Earl (1992) menekankan pentingnya keterlibatan aktif para pemangku kepentingan dalam proses evaluasi sebagai cara untuk meningkatkan relevansi dan pemanfaatan hasil evaluasi. Dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diarahkan pada pendidikan Islam, pendekatan ini sangat relevan, karena pendidikan Islam tidak hanya menyentuh aspek akademik, tetapi juga nilai, etika, dan pembangunan karakter.

³⁸⁵ Freeman, *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (Cambridge: Cambridge University Press, 2010), h. 120.

³⁸⁶ J. Bradley Cousins and Lorna M. Earl, "The Case for Participatory Evaluation," *American Educational Research Journal* 29, no. 2 (1992): h. 8, <https://doi.org/10.2307/1164283>.

Ketika perusahaan melaksanakan program CSR di bidang pendidikan Islam misalnya pembangunan sekolah Islam, beasiswa untuk santri, pelatihan guru madrasah, atau pengembangan kurikulum berbasis nilai-nilai Islam keterlibatan berbagai pemangku kepentingan seperti pengelola sekolah, guru, orang tua, tokoh masyarakat, dan peserta didik sangat penting. Dengan menerapkan prinsip evaluasi partisipatif, perusahaan tidak hanya menilai keberhasilan program secara kuantitatif, tetapi juga memahami makna sosial, budaya, dan spiritual dari program tersebut di mata komunitas lokal.

Partisipasi aktif para pemangku kepentingan dalam evaluasi CSR pendidikan Islam lebih jauh mendorong terciptanya keadilan sosial, keberdayaan masyarakat, dan kelestarian nilai-nilai Islam. Evaluasi yang inklusif ini memungkinkan perusahaan untuk memperbaiki desain program, memperkuat dampak sosial, dan sekaligus memperkuat citra etis perusahaan dalam perspektif ajaran Islam yang menekankan keadilan ('adl), kemaslahatan (maslahah), dan tanggung jawab sosial (amanah). Dengan demikian, integrasi antara evaluasi partisipatif dan CSR terhadap pendidikan Islam bukan hanya memperkuat akuntabilitas dan efektivitas program, tetapi juga membangun kemitraan yang sejati antara sektor bisnis dan komunitas Islam dalam membangun pendidikan yang holistik dan berkelanjutan.

Kegiatan CSR mencakup 5 pilar yang menjadi dasar pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan, yaitu.

1. Pengembangan kapasitas SDM di lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan masyarakat sekitarnya.

2. Penguatan ekonomi masyarakat sekitar kawasan wilayah kerja perusahaan.
3. Pemeliharaan hubungan relasional antara korporasi dan lingkungan sosialnya yang tidak dikelola dengan baik sering mengundang kerentanan konflik.
4. Perbaikan tata kelola perusahaan yang baik
5. Pelestarian lingkungan, baik lingkungan fisik, social serta budaya.³⁸⁷

Corporate Social Responsibility (CSR) dilaksanakan dengan berlandaskan pada lima pilar utama yang saling berkaitan dan memperkuat keberlanjutan perusahaan. Pertama, pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM), baik di lingkungan internal perusahaan maupun masyarakat sekitar, guna menciptakan kualitas individu yang unggul dan mandiri. Kedua, penguatan ekonomi masyarakat lokal, yang bertujuan meningkatkan taraf hidup melalui program pemberdayaan dan kewirausahaan.

Pilar ketiga adalah pemeliharaan hubungan relasional antara perusahaan dan lingkungan sosial, yang penting untuk mencegah potensi konflik dan membangun harmoni sosial. Keempat, perbaikan tata kelola perusahaan, mencakup prinsip transparansi, akuntabilitas, dan etika dalam pengelolaan korporasi. Terakhir, pelestarian lingkungan, baik fisik, sosial, maupun budaya, sebagai wujud tanggung jawab perusahaan dalam menjaga keberlangsungan ekosistem dan nilai-nilai lokal. Kelima pilar ini menjadi fondasi penting dalam merancang dan menjalankan program CSR yang tidak hanya berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan, tetapi juga mendukung keberlanjutan bisnis itu sendiri.

³⁸⁷ Kholis, *Corporate Social Responsibility: Konsep Dan Implementasi* (Medan: Economic & Business Publishing, 2020), h. 14.

Dimensi pemangku kepentingan penting dalam menciptakan nilai dan perdagangan yang seimbang, di mana manajer harus mengelola tekanan dari berbagai pihak. Mengabaikan atau merugikan pemangku kepentingan dapat berdampak negatif jangka panjang, seperti dalam kasus restrukturisasi yang merusak hubungan dengan karyawan. Evaluasi perusahaan harus mempertimbangkan kontribusi, biaya, dan risiko dari masing-masing pemangku kepentingan, dengan kepekaan terhadap keragaman budaya. Komitmen pemimpin untuk melayani kepentingan semua pemangku kepentingan yang sah akan membentuk budaya organisasi yang etis dan berkelanjutan. Walaupun juga beragam tantangan struktural seperti rendahnya kapasitas administratif lembaga, hambatan geografis, dan koordinasi lintas lembaga dapat diatasi dengan penguatan kemitraan dan peningkatan kapasitas lokal. Pemberdayaan kelembagaan lokal dan kolaborasi multipihak (multi-stakeholder) adalah solusi untuk mengatasi tantangan struktural dan teknis di lapangan.

Secara teoritis, temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* dalam pendidikan Islam oleh PT Adaro Indonesia, PT Arutmin Indonesia, dan Hasnur Group memperkuat relevansi Teori *Stakeholder*, *Triple Bottom Line* (TBL), Piramida CSR Carroll, serta perspektif CSR dalam Islam sebagai landasan konseptual pembangunan sosial berbasis pendidikan.

Teori *Stakeholder* yang dikemukakan Freeman menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan yang terdampak oleh aktivitas perusahaan. Dalam konteks penelitian ini, lembaga pendidikan Islam, pesantren, guru, santri, dan masyarakat

sekitar tambang diposisikan sebagai stakeholder strategis yang harus diberdayakan melalui program CSR. Temuan penelitian membuktikan bahwa keberhasilan CSR sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan membangun hubungan yang harmonis, partisipatif, dan berkelanjutan dengan masyarakat.

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) turut terkonfirmasi melalui implementasi CSR yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi (profit), tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat (people) dan keberlanjutan sosial-lingkungan (planet). Ketiga perusahaan memperlihatkan bahwa pendidikan Islam dijadikan instrumen pembangunan sosial yang mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memperkuat karakter religius, dan menciptakan stabilitas sosial di wilayah operasional perusahaan.

Selain itu, Piramida CSR Carroll menunjukkan bahwa implementasi CSR pendidikan Islam telah mencerminkan integrasi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi secara simultan. Dimensi filantropis tampak melalui pemberian beasiswa, pembangunan fasilitas pendidikan, dan dukungan terhadap pesantren. Namun, kegiatan tersebut tidak lagi bersifat charity semata, melainkan berkembang menjadi strategi pemberdayaan masyarakat yang terencana dan berkelanjutan.

Dalam perspektif Islam, CSR dipahami sebagai bentuk tanggung jawab manusia kepada Allah, sesama manusia, dan lingkungan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik CSR pendidikan Islam yang dilakukan ketiga perusahaan selaras dengan prinsip masalah, amanah, keadilan sosial, dan kepedulian terhadap

kesejahteraan umat. Dengan demikian, CSR tidak hanya memiliki dimensi ekonomi dan sosial, tetapi juga dimensi moral dan spiritual.

Penelitian ini juga memperkuat teori evaluasi partisipatif Cousins dan Earl yang menekankan pentingnya keterlibatan stakeholder dalam proses evaluasi program. Partisipasi masyarakat, lembaga pendidikan Islam, dan tokoh agama dalam pelaksanaan maupun evaluasi program CSR terbukti meningkatkan legitimasi sosial, efektivitas program, serta keberlanjutan dampak pendidikan Islam di masyarakat.

Dengan demikian, secara teoritis penelitian ini menegaskan bahwa CSR pendidikan Islam merupakan model pembangunan sosial berbasis multi-stakeholder yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial, spiritual, dan budaya dalam kerangka pembangunan berkelanjutan. Dan secara empiris, penelitian menemukan bahwa PT Adaro Indonesia, PT Arutmin Indonesia, dan Hasnur Group telah mengimplementasikan program CSR pendidikan Islam secara strategis, sistematis, dan berorientasi jangka panjang. Program CSR tidak hanya diwujudkan dalam bentuk bantuan sosial sesaat, tetapi diarahkan pada penguatan kualitas pendidikan Islam dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Ketiga perusahaan melaksanakan berbagai program pendidikan Islam seperti pemberian beasiswa, pembangunan sarana dan prasarana pendidikan, penguatan kelembagaan pesantren, peningkatan kualitas tenaga pendidik, serta pembinaan karakter dan nilai-nilai Qur'ani. Namun masing-masing perusahaan memiliki karakteristik pendekatan yang berbeda.

PT Adaro Indonesia cenderung menggunakan pendekatan struktural dan berbasis tata kelola yang terukur. Program CSR dirancang secara sistematis dengan dukungan data penerima manfaat, indikator keberhasilan, dan koordinasi dengan pemerintah daerah. Fokus utama Adaro adalah penguatan kualitas SDM dan nilai keislaman melalui pendidikan yang terencana dan berkelanjutan. PT Arutmin Indonesia lebih menekankan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat. Program CSR diarahkan untuk memperkuat kapasitas lembaga pendidikan Islam, meningkatkan kualitas tenaga pendidik, serta membangun kemandirian ekonomi pesantren melalui pengembangan usaha produktif. Sementara itu, Hasnur Group mengembangkan pendekatan yang lebih spiritual dan holistik. Program CSR tidak hanya menasar aspek akademik, tetapi juga penguatan karakter religius, literasi, lingkungan belajar sehat, dan pembinaan nilai-nilai spiritual dalam pendidikan Islam.

Temuan empiris juga menunjukkan bahwa implementasi CSR pendidikan Islam memberikan dampak positif terhadap meningkatnya akses pendidikan masyarakat, penguatan kapasitas pesantren dan lembaga pendidikan Islam, peningkatan kualitas sumber daya manusia, tumbuhnya karakter religius masyarakat, serta terciptanya hubungan sosial yang lebih harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar.

Keberhasilan program CSR dipengaruhi oleh keterlibatan aktif masyarakat, komunikasi yang terbuka, kolaborasi multipihak, evaluasi berbasis data, serta penguatan kapasitas kelembagaan lokal. Namun penelitian juga menemukan beberapa tantangan, seperti rendahnya kapasitas administratif lembaga pendidikan, keterbatasan

tenaga pendidik profesional, hambatan geografis, lemahnya koordinasi lintas lembaga, dan belum optimalnya sistem evaluasi dampak yang formal dan terstruktur. Karena itu, keberlanjutan CSR pendidikan Islam memerlukan penguatan kemitraan multi-stakeholder, peningkatan kapasitas lokal, sistem monitoring dan evaluasi berbasis data, serta integrasi nilai-nilai sosial dan spiritual dalam strategi pembangunan perusahaan.

Secara keseluruhan, temuan empiris menunjukkan bahwa CSR pendidikan Islam telah berkembang menjadi instrumen pembangunan sosial yang strategis dalam meningkatkan kualitas pendidikan Islam, memperkuat pemberdayaan masyarakat, dan membangun hubungan harmonis antara perusahaan dengan masyarakat di Kalimantan Selatan.

B. Interaksi sosial antara perusahaan dan masyarakat dalam pengembangan pendidikan Islam

Efektivitas CSR sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang terbuka, dialog partisipatif, kolaborasi dengan tokoh agama, keterlibatan masyarakat, dan hubungan sosial yang harmonis. Masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga terlibat dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program. Teori yang relevan, yakni teori Stakeholder yang menjelaskan pentingnya keterlibatan seluruh pemangku kepentingan dalam pelaksanaan CSR agar program sesuai kebutuhan masyarakat. Selaras dengan maksud dari .³⁸⁸ Efektivitas Corporate Social Responsibility (CSR)

³⁸⁸ C. Deegan, M. Rankin, and P. Voght, "Firms' Disclosure Reactions to Social Incidents: Australian Evidence," *Accounting Forum* 24, no. 1 (2000): h. 120.

sangat dipengaruhi oleh adanya komunikasi yang terbuka, dialog partisipatif, kolaborasi dengan tokoh masyarakat atau tokoh agama, keterlibatan aktif masyarakat, serta hubungan sosial yang harmonis. Dalam pelaksanaannya, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga ikut terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program CSR. Hal ini selaras dengan Teori Stakeholder yang menekankan pentingnya keterlibatan seluruh pemangku kepentingan agar program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

Stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk Stakeholder adalah karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat, dan lingkungan sekitar, serta pemerintah selaku regulator.³⁸⁹ Jones tahun 1999 menyatakan bahwa *stakeholder* dibagi dalam dua kategori, yaitu *Inside stakeholder*, yakni pemegang saham, manajer dan karyawan, dan *Outside stakeholder*, yakni pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat secara umum.³⁹⁰ Stakeholder perusahaan merupakan pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberadaan dan aktivitas perusahaan, seperti karyawan, pelanggan, konsumen, pemasok, masyarakat, lingkungan sekitar, serta pemerintah sebagai regulator. Menurut Thomas M. Jones, stakeholder dibagi menjadi dua kategori, yaitu *inside stakeholder* yang meliputi pemegang saham, manajer, dan karyawan, serta

³⁸⁹ Azizul Kholis, *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi* (Medan: Economic & Business Publishing, 2020), h. 23
https://fliphtml5.com/shumz/bupc/Buku_CSR_Dr._Azizul_Kholis_h._4/.

³⁹⁰ Dr Lela Nurlaela Wati M.M S. E., *Model Corporate Social Responsibility (CSR)* (Jawa Timur: Myria Publisher, 2019), h.53.

outside stakeholder yang terdiri atas pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat umum.

Teori menegaskan bahwa keberhasilan CSR dipengaruhi oleh keterlibatan seluruh pemangku kepentingan agar program sesuai kebutuhan masyarakat. Stakeholder meliputi pihak internal seperti pemegang saham, manajer, dan karyawan, serta pihak eksternal seperti pelanggan, pemasok, pemerintah, dan masyarakat umum. Dalam CSR pendidikan Islam, keterlibatan stakeholder penting untuk menciptakan program yang partisipatif, tepat sasaran, dan berkelanjutan.

Teori Legitimasi, yang menjelaskan bahwa perusahaan membutuhkan legitimasi sosial dari masyarakat agar operasional perusahaan dapat diterima. Melalui CSR pendidikan Islam perusahaan memperoleh kepercayaan sosial, memperkuat citra positif, dan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat lokal. Teori ini mampu menjelaskan hubungan yang luas antara perusahaan dan masyarakat, menaungi beragam praktik pelaporan serta pelaksanaan CSR, dan bersifat makro serta konseptual, bukan teknis. Teori Legitimasi memberikan landasan pemikiran mengenai pentingnya pengakuan dan penerimaan dari para pemangku kepentingan agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Legitimasi sendiri merupakan kondisi psikologis berupa keberpihakan individu maupun kelompok yang sangat responsif terhadap perubahan lingkungan, baik fisik maupun nonfisik. Oleh

karena itu, legitimasi bersifat dinamis dan dapat berubah seiring dengan pergeseran ruang dan waktu..³⁹¹

Orang atau kelompok yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh aktivitas organisasi atau perusahaan, yang mempunyai legitimasi, kemampuan dan kepentingan tertentu sesuai dengan landasan yang dipakainya.³⁹² legitimasi bersifat dinamis dan dapat berubah sesuai dengan perkembangan ruang dan waktu. Legitimasi berkaitan dengan individu atau kelompok yang memengaruhi maupun dipengaruhi oleh aktivitas organisasi atau perusahaan, serta memiliki kepentingan, kemampuan, dan hak yang didasarkan pada landasan atau kepentingan tertentu.

Menurut teori legitimasi bahwa organisasi senantiasa berupaya memastikan bahwa kegiatan operasionalnya berjalan sesuai dengan nilai, norma, dan batasan yang diterima oleh masyarakat. Dalam sudut pandang teori ini, perusahaan cenderung secara sukarela mengungkapkan aktivitasnya apabila manajemen menilai bahwa tindakan tersebut merupakan harapan dan tuntutan dari komunitas tempat perusahaan beroperasi. Perusahaan dituntut untuk peka dan tanggap terhadap lingkungan sosialnya. Apabila perusahaan menilai bahwa legitimasi keberadaannya mulai dipersoalkan, maka perusahaan dapat menerapkan sejumlah strategi tertentu sebagai bentuk respons untuk mempertahankan atau memulihkan legitimasi tersebut., yaitu.³⁹³

³⁹¹ Downing, P.B., & Hanf, K. 1983. *“International Comparisons in Implementing Pollution Laws”*. Boston: Kluwer-Nijhoff.9

³⁹² Bambang Rudito and Melia famiola, *CSR (Corporate Social Responsibility)*, Cetakan Pertama (Bandung: Rekayasa Sains, 2013), h. 222.

³⁹³ J. Guthrie and L. D. Parker, “Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory,” *Accounting and Business Research* 19, no. 76 (1989): h. 343–52.

1. Perusahaan dapat berusaha mendidik dan memberikan informasi kepada para pemangku kepentingannya mengenai perubahan yang terjadi di dalam perusahaan.
2. Perusahaan dapat mencoba mengubah persepsi pemangku kepentingan tanpa harus mengubah perilaku internal perusahaan.
3. Perusahaan dapat mempengaruhi pandangan pemangku kepentingan dengan mengalihkan fokus mereka dari isu utama ke isu lain yang relevan dan menarik.
4. Perusahaan dapat berupaya membentuk dan menyesuaikan harapan pihak eksternal terkait kinerja perusahaan.

Teori kontrak social yang menjelaskan bahwa perusahaan memiliki “kontrak sosial” tidak tertulis dengan masyarakat. Artinya perusahaan memperoleh sumber daya dari masyarakat, sehingga perusahaan juga berkewajiban memberi manfaat sosial kepada masyarakat. CSR pendidikan Islam menjadi bentuk pemenuhan kewajiban moral dan sosial tersebut. Social contract itu adalah hubungan badan usaha terhadap publik. Keberlanjutan dari badan usaha bisa ditentukan oleh publik apabila badan usaha sudah menyalahi kontrak social terhadap publik tersebut³⁹⁴

Perusahaan dituntut untuk peka dan tanggap terhadap lingkungan sosial di sekitarnya. Ketika legitimasi keberadaan perusahaan mulai dipertanyakan, perusahaan perlu menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan atau memulihkan

³⁹⁴ Nufaisa Baj dan Binti Sofiatul Janna, Baj, “Mengidentifikasi Peran Teori Dan Karakteristik Perusahaan Yang Dapat Mempengaruhi Pengungkapan Csr,” *Behavioral Accounting Journal* 3, no. 2 (2023): h. 181–94,.

legitimasi tersebut. Strategi tersebut dapat berupa upaya memberikan edukasi dan informasi kepada pemangku kepentingan mengenai perubahan yang terjadi di dalam perusahaan, mengubah persepsi stakeholder tanpa harus mengubah perilaku internal, mengalihkan perhatian pemangku kepentingan dari isu utama ke isu lain yang lebih relevan, serta menyesuaikan atau membentuk kembali harapan pihak eksternal terhadap kinerja perusahaan.

Hal ini sejalan dengan Teori Kontrak Sosial yang menjelaskan bahwa perusahaan memiliki “kontrak sosial” tidak tertulis dengan masyarakat. Artinya, perusahaan memperoleh sumber daya dari masyarakat dan karena itu memiliki kewajiban untuk memberikan manfaat sosial sebagai bentuk timbal balik. Dalam konteks ini, keberlanjutan perusahaan sangat bergantung pada penerimaan publik, karena jika perusahaan dianggap melanggar kontrak sosial tersebut, maka keberadaannya dapat dipertanyakan oleh masyarakat. CSR, termasuk dalam bidang pendidikan Islam, menjadi salah satu bentuk pemenuhan tanggung jawab moral dan sosial tersebut.

Teori kontrak sosial dikembangkan salah satunya untuk menjelaskan hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Interaksi perusahaan dengan masyarakat diarahkan untuk selalu mematuhi aturan dan norma yang berlaku, sehingga aktivitas perusahaan dapat diterima secara sah dan dianggap legitim.³⁹⁵ Teori kontrak sosial menjelaskan hubungan antara perusahaan dan masyarakat sebagai sebuah kesepakatan tidak tertulis

³⁹⁵ Rita Suirlan, *Transformasi Sosial Melalui CSR: Dalam Pemberdayaan Masyarakat Tambang* (Penerbit Adab, 2024), h. 14.

yang menuntut perusahaan untuk mematuhi aturan, nilai, dan norma yang berlaku di lingkungan sosialnya. Melalui kepatuhan tersebut, aktivitas perusahaan diharapkan dapat diterima secara sah oleh masyarakat dan memperoleh legitimasi sehingga keberadaannya diakui dan didukung oleh lingkungan sekitarnya.

Hubungan antara perusahaan dan masyarakat diarahkan agar selalu mematuhi aturan dan norma yang berlaku, sehingga kegiatan perusahaan dapat dianggap sah. Secara alami, manusia merupakan makhluk yang memiliki kebebasan. Rousseau berpendapat bahwa keadaan alami manusia adalah kondisi non-sosial, di mana manusia, yang pada banyak hal masih mirip dengan hewan, tanpa akal atau bahasa, hidup terpisah dari sesamanya.³⁹⁶ Dengan demikian, hubungan antara perusahaan dan masyarakat diarahkan agar selalu mematuhi aturan dan norma yang berlaku, sehingga kegiatan perusahaan dapat dianggap sah di mata publik. Dalam perspektif yang lebih luas, manusia pada dasarnya merupakan makhluk yang memiliki kebebasan. Jean-Jacques Rousseau berpendapat bahwa keadaan alami manusia adalah kondisi non-sosial, yaitu ketika manusia hidup terpisah satu sama lain, belum terikat oleh struktur sosial, serta masih berada dalam kondisi sederhana yang belum sepenuhnya berkembang dalam hal akal dan bahasa.

Inti dari teori kontrak sosial Rousseau adalah bahwa masing-masing individu melimpahkan segala hak perorangannya kepada komunitas sebagai satu keutuhan. Kontrak sosial terbentuk ketika setiap individu menyerahkan dirinya beserta seluruh

³⁹⁶ Jean Jacques Rousseau, *Kontrak Sosial*, Cetakan II, trans. Ida Sundari Husen and Rahayu Hidayat (Jakarta: Dian Rakyat, 2010), h. 11.

kekuatannya secara bersama-sama kepada panduan tertinggi dari kehendak umum. Dalam kerangka suatu kesatuan, setiap anggota kemudian diperlakukan sebagai bagian yang tak terpisahkan dari keseluruhan tersebut.³⁹⁷ Inti dari teori kontrak sosial Jean-Jacques Rousseau adalah bahwa setiap individu menyerahkan hak-hak pribadinya kepada komunitas sebagai satu kesatuan. Kontrak sosial terbentuk ketika individu secara bersama-sama melepaskan dirinya beserta seluruh kekuatannya untuk berada di bawah kendali kehendak umum. Dalam kerangka tersebut, setiap anggota masyarakat dipandang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan komunitas.

Teori *Triple Bottom Line*, yakni aspek sosial dalam TBL terlihat melalui pemberdayaan masyarakat, penguatan pendidikan, dan peningkatan kualitas sosial komunitas sekitar tambang. Menurut Teori Triple Bottom Line, perusahaan tidak hanya seharusnya mengejar keuntungan finansial (profit), tetapi juga harus berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (people) serta aktif berkontribusi dalam pelestarian lingkungan (planet). Ketiga prinsip ini saling mendukung dalam pelaksanaan program CSR, sehingga perusahaan tidak hanya fokus pada aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Mengingat keterkaitan yang erat antara perusahaan dan masyarakat, idealnya perusahaan selalu menjaga terciptanya hubungan yang harmonis dan seimbang, terutama dengan komunitas di sekitarnya.³⁹⁸ Teori Triple Bottom Line menekankan bahwa perusahaan

³⁹⁷ Reza A. A. Wattimena, *Melampaui Negara Hukum Klasik: Locke, Rousseau, Habermas* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2007), h. 54.

³⁹⁸ Yoserwan, *Hukum Ekonomi Indonesia Dalam Era Reformasi Dan Globalisasi* (Padang: Andalas University Press, 2006), h. 215.

tidak hanya berfokus pada keuntungan (profit), tetapi juga harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat (people) dan kelestarian lingkungan (planet). Dalam praktiknya, aspek sosial tercermin melalui pemberdayaan masyarakat, penguatan pendidikan, dan peningkatan kualitas sosial komunitas sekitar. Ketiga aspek ini saling mendukung dalam pelaksanaan CSR, sehingga perusahaan dapat menjaga keseimbangan serta membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Teori konstruksi sosial, yakni menjelaskan bahwa makna CSR dan pendidikan Islam dibentuk melalui proses interaksi sosial. Nilai religius, pendidikan, dan pemberdayaan dikonstruksi bersama melalui hubungan antara perusahaan, masyarakat, dan lembaga pendidikan Islam. Teori konstruksi sosial memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana realitas sosial, pengetahuan, dan nilai terbentuk melalui proses interaksi manusia.

Dalam ilmu sosial, teori ini membuka wawasan tentang institusi, identitas, dan norma; dalam pendidikan, menekankan pentingnya interaksi sosial dan kolaborasi dalam pembelajaran; dan dalam agama, memungkinkan analisis bagaimana keyakinan dan praktik keagamaan dibangun Bersama.³⁹⁹ Teori ini membuka wawasan tentang institusi, identitas, dan norma dalam kehidupan sosial. Dalam bidang pendidikan, teori ini menekankan pentingnya interaksi sosial dan kolaborasi sebagai dasar proses pembelajaran. Sementara dalam konteks agama, teori ini memungkinkan pemahaman

³⁹⁹ Shofiyyatul Fuadah, Muhammad Hikam Ainul Atho', and Mohammad Rofiq, "TEORI KONSTRUKSI SOSIAL," *Jurnal Psikososial Dan Pendidikan* 2, no. 1 (January 2026): h. 293.

mengenai bagaimana keyakinan dan praktik keagamaan dibentuk serta dikembangkan secara bersama dalam suatu komunitas.

Secara teoritis, temuan penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan CSR pendidikan Islam sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi sosial antara perusahaan dan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka, dialog partisipatif, kolaborasi dengan tokoh agama, serta keterlibatan aktif masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Temuan ini memperkuat teori Stakeholder yang menegaskan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, sehingga pelaksanaan CSR harus melibatkan masyarakat agar program berjalan partisipatif, tepat sasaran, dan berkelanjutan.

Temuan penelitian juga memperkuat teori Legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan membutuhkan penerimaan social agar aktivitas operasionalnya dapat diterima masyarakat. Melalui CSR pendidikan Islam, perusahaan membangun citra positif, memperoleh kepercayaan masyarakat, serta menjaga hubungan harmonis dengan komunitas lokal. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berfungsi sebagai program sosial, tetapi juga sebagai strategi mempertahankan legitimasi sosial perusahaan.

Selain itu, teori kontrak sosial menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kewajiban moral dan sosial kepada masyarakat karena perusahaan memperoleh sumber daya dan dukungan sosial dari lingkungan sekitar. Oleh sebab itu, CSR pendidikan

Islam menjadi bentuk pemenuhan kontrak sosial perusahaan dengan masyarakat melalui kontribusi terhadap pengembangan pendidikan, nilai religius, dan kesejahteraan sosial.

Temuan ini juga selaras dengan teori *Triple Bottom Line* yang menekankan keseimbangan antara profit, people, dan planet. Dalam konteks penelitian ini, dimensi sosial terlihat melalui pemberdayaan masyarakat, penguatan pendidikan Islam, dan peningkatan kualitas sosial masyarakat sekitar wilayah operasional perusahaan. Di sisi lain, teori konstruksi sosial memperlihatkan bahwa makna CSR pendidikan Islam dibangun melalui proses interaksi sosial antara perusahaan, masyarakat, tokoh agama, dan lembaga pendidikan Islam. Nilai religius, pendidikan, dan pemberdayaan sosial dikonstruksi bersama sehingga CSR menjadi bagian dari identitas sosial perusahaan dan masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa interaksi sosial yang partisipatif, kolaboratif, dan berbasis nilai lokal menjadi faktor utama dalam membangun efektivitas, legitimasi, dan keberlanjutan program CSR pendidikan Islam

Secara empiris, penelitian menemukan bahwa PT Adaro Indonesia, PT Arutmin Indonesia, dan Hasnur Group menerapkan pola interaksi sosial yang berbeda, tetapi memiliki tujuan yang sama, yaitu membangun hubungan harmonis dengan masyarakat melalui pengembangan pendidikan Islam. PT Adaro Indonesia menggunakan pendekatan kontekstual melalui komunikasi terbuka, forum diskusi, dan penyesuaian program berdasarkan kebutuhan masyarakat lokal. PT Arutmin Indonesia lebih menekankan pendekatan partisipatif dengan melibatkan tokoh agama, forum musyawarah, dan kerja sama masyarakat dalam penyusunan program CSR. Sementara

itu, Hasnur Group membangun interaksi sosial berbasis nilai religius dan kolaborasi spiritual dengan melibatkan lembaga pendidikan Islam serta tokoh keagamaan sejak tahap awal program.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga berperan aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pemeliharaan, dan evaluasi program CSR pendidikan Islam. Keterlibatan tersebut menciptakan rasa memiliki, meningkatkan transparansi, memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, serta mendukung keberlanjutan program. Penelitian juga menemukan bahwa keberhasilan interaksi sosial perusahaan dipengaruhi oleh komunikasi yang terbuka dan dialogis, pelibatan tokoh agama dan lembaga pendidikan Islam, pendekatan berbasis kebutuhan masyarakat, kolaborasi multipihak, serta penghormatan terhadap nilai budaya dan keagamaan lokal.

Namun demikian, masih terdapat beberapa tantangan empiris seperti perbedaan persepsi antara masyarakat dan perusahaan, lemahnya koordinasi antar lembaga, keterbatasan kapasitas administratif masyarakat, dan hambatan komunikasi di beberapa wilayah operasional. Secara keseluruhan, temuan empiris menunjukkan bahwa interaksi sosial yang partisipatif dan berbasis nilai keagamaan mampu memperkuat efektivitas CSR pendidikan Islam, menciptakan harmonisasi hubungan perusahaan dan masyarakat, serta mendukung pembangunan sosial yang berkelanjutan di Kalimantan Selatan.

C. Implikasi dari program CSR terhadap pendidikan Islam di Kalimantan Selatan

Program CSR pendidikan Islam memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan kualitas SDM, penguatan pesantren dan madrasah, pembentukan karakter religius, pendukung ekonomi lembaga pendidikan, dan harmonisasi hubungan sosial perusahaan-masyarakat. Teori yang relevan, yakni

Teori *Triple Bottom Line* CSR tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi perusahaan, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan sosial, memperkuat pendidikan masyarakat, dan menciptakan keberlanjutan sosial. Menurut *Teori Triple Bottom Line* (Elkington, 1994), perusahaan tidak hanya seharusnya mengejar keuntungan finansial, tetapi juga harus berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta aktif berkontribusi dalam pelestarian lingkungan. Ketiga prinsip ini saling mendukung dalam pelaksanaan program CSR, sehingga perusahaan tidak hanya fokus pada aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Mengingat keterkaitan yang erat antara perusahaan dan masyarakat, idealnya perusahaan selalu menjaga terciptanya hubungan yang harmonis dan seimbang, terutama dengan komunitas di sekitarnya.⁴⁰⁰

Teori *Triple Bottom Line* (TBL) menjelaskan bahwa dampak CSR terhadap pendidikan Islam tidak hanya berkaitan dengan keuntungan ekonomi perusahaan,

⁴⁰⁰ Yoserwan, *Hukum Ekonomi Indonesia Dalam Era Reformasi Dan Globalisasi* (Padang: Andalas University Press, 2006), h. 215.

tetapi juga mencakup peningkatan kesejahteraan sosial dan keberlanjutan masyarakat. Menurut Elkington (1994), perusahaan harus menyeimbangkan aspek profit, people, dan planet dalam pelaksanaan CSR. Dalam konteks pendidikan Islam, program CSR berkontribusi pada penguatan kualitas pendidikan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta terciptanya hubungan sosial yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat sekitar. Dengan demikian, CSR menjadi instrumen pembangunan sosial yang mendukung keberlanjutan pendidikan dan kesejahteraan komunitas lokal.

Teori kontruksi sosial, yakni Program CSR mencerminkan hubungan timbal balik antara perusahaan dan masyarakat. Keberlanjutan hubungan sosial akan tercapai apabila perusahaan memberikan manfaat nyata kepada masyarakat. Teori konstruksi sosial memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana realitas sosial, pengetahuan, dan nilai terbentuk melalui proses interaksi manusia. Dalam ilmu sosial, teori ini membuka wawasan tentang institusi, identitas, dan norma; dalam pendidikan, menekankan pentingnya interaksi sosial dan kolaborasi dalam pembelajaran; dan dalam agama, memungkinkan analisis bagaimana keyakinan dan praktik keagamaan dibangun Bersama.⁴⁰¹

Teori konstruksi sosial menjelaskan bahwa dampak CSR terhadap pendidikan Islam terbentuk melalui proses interaksi dan hubungan timbal balik antara perusahaan, masyarakat, dan lembaga pendidikan Islam. Keberlanjutan hubungan sosial akan

⁴⁰¹ Fuadah, Atho', and Rofiq, "TEORI KONSTRUKSI SOSIAL," h. 293.

tercapai apabila perusahaan mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat, seperti peningkatan kualitas pendidikan, penguatan nilai religius, dan pemberdayaan sosial. Melalui interaksi sosial tersebut, nilai, norma, identitas keagamaan, serta praktik pendidikan Islam dikonstruksi bersama secara kolaboratif sehingga CSR tidak hanya menjadi bantuan sosial, tetapi juga sarana pembentukan budaya pendidikan Islam yang berkelanjutan.

Program CSR yang dirancang secara jangka panjang dalam konteks pendidikan Islam memiliki potensi untuk membentuk generasi yang religius, mandiri, dan kompetitif melalui penguatan karakter, peningkatan kapasitas, serta transformasi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keislaman. Pendidikan Islam yang sistematis dan mendalam dapat mengubah pola pikir generasi muda sekaligus mendorong perubahan sosial yang berkelanjutan. Konsep *transformative learning* (Mezirow, 1991, 1995, 1996; Cranton, 1994, 1996) menekankan bahwa dalam kondisi yang tepat, pembelajar transformatif akan mengadopsi kerangka acuan baru yang lebih inklusif, kritis dalam menilai informasi, reflektif terhadap diri sendiri, dan mampu mengintegrasikan berbagai pengalaman secara menyeluruh.⁴⁰²

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dirancang secara jangka panjang dalam bidang pendidikan Islam memiliki potensi besar untuk mencetak generasi muda yang religius, mandiri, dan berdaya saing. Potensi ini tidak hanya terbatas pada peningkatan akses terhadap pendidikan, tetapi juga mencakup aspek yang

⁴⁰² Jack Mezirow, "Transformative Learning Theory," in *Contemporary Theories of Learning* (Routledge, 2018), h. 5

lebih mendalam seperti pembentukan karakter, penguatan kapasitas individu, serta transformasi sosial yang berakar pada nilai-nilai keislaman.

Pendidikan Islam yang dijalankan secara mendalam dan terstruktur memberikan ruang bagi proses pembelajaran yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif. Dalam konteks ini, transformasi tidak hanya merujuk pada perubahan pengetahuan atau keterampilan, tetapi lebih jauh menyasar cara berpikir, kerangka nilai, serta pandangan hidup peserta didik. Pendidikan semacam ini memiliki peran strategis dalam membentuk kesadaran keagamaan yang inklusif, membangun etos kerja, serta mendorong partisipasi sosial yang bertanggung jawab di tengah masyarakat.

CSR pendidikan Islam dalam konteks menunjukkan bahwa proses transformasi ini dapat terjadi ketika peserta didik melalui pendidikan berbasis nilai didorong untuk merefleksikan secara kritis nilai-nilai, persepsi, dan sikap mereka, baik terhadap diri sendiri, terhadap orang lain, maupun terhadap lingkungan sosial mereka. Pendidikan yang terhubung dengan nilai-nilai Islam seperti keadilan, amanah, kejujuran, dan tanggung jawab sosial, memberi dasar kuat untuk proses pembelajaran yang tidak hanya menghasilkan lulusan yang cerdas, tetapi juga berakhlak dan berkontribusi nyata bagi pembangunan masyarakat.

CSR pendidikan Islam dengan demikian, tidak hanya berfungsi sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga sebagai instrumen perubahan sosial yang strategis, yang mampu membentuk generasi penerus bangsa yang memiliki visi spiritual, etika sosial, dan kompetensi intelektual yang seimbang. Ketika program ini

dijalankan secara jangka panjang, partisipatif, dan berkelanjutan, maka ia berpeluang besar menjadi motor transformasi sosial yang berdampak lintas generasi

CSR pendidikan Islam dipahami sebagai instrumen transformasi sosial jangka panjang. Program CSR bukan hanya menghasilkan bantuan pendidikan, tetapi membentuk perubahan sosial, penguatan kelembagaan Islam, dan pembangunan masyarakat berbasis nilai keagamaan. Sesuai dengan tujuan CSR di perusahaan pertambangan memiliki beberapa tujuan, yaitu: (1) meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar lokasi tambang; (2) memungkinkan perusahaan menjalankan kegiatan penambangan tanpa hambatan yang dapat mengganggu operasional; (3) mendorong pengembangan ekonomi lokal dengan memanfaatkan keberadaan perusahaan sebagai dasar awal pertumbuhan; dan (4) membentuk masyarakat yang mandiri dan kompeten setelah kegiatan penambangan selesai. Dari tujuan-tujuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR berperan dalam mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan, tidak hanya bagi perusahaan tambang, tetapi juga bagi masyarakat sekitar tambang.⁴⁰³

Berdasarkan perspektif CSR sebagai instrumen transformasi sosial jangka panjang, dampaknya terhadap pendidikan Islam adalah terjadinya penguatan kelembagaan pendidikan seperti pesantren dan madrasah, peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui beasiswa dan pelatihan guru, serta terbentuknya kemandirian lembaga pendidikan melalui dukungan ekonomi dan sarana-prasarana. CSR juga

⁴⁰³ Lilik Nur Sulistyowati dkk., *Penerapan Csr Di Perusahaan Pertambangan Dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Di Kalimantan Selatan*, t.t., h. 192.

mendorong pendidikan Islam menjadi lebih berkelanjutan, tidak hanya bergantung pada bantuan sesaat, tetapi berkembang sebagai sistem pendidikan yang adaptif, produktif, dan berbasis nilai keagamaan. Selain itu, CSR membantu menciptakan lingkungan sosial yang lebih kondusif bagi tumbuhnya nilai-nilai religius, sehingga pendidikan Islam berperan lebih kuat dalam pembentukan karakter dan kemandirian masyarakat.

Berdasarkan pembahasan teoritis dan empiris, dampak CSR terhadap pendidikan Islam di Kalimantan Selatan dapat dipahami sebagai proses penguatan yang bersifat jangka panjang dan berkelanjutan. Secara teoritis, *Triple Bottom Line* (TBL) menunjukkan bahwa CSR tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kualitas pendidikan dan keberlanjutan lembaga pendidikan Islam melalui penguatan kapasitas sumber daya manusia, sarana-prasarana, serta kemandirian kelembagaan.

Teori Konstruksi Sosial menjelaskan bahwa dampak tersebut terbentuk melalui interaksi berkelanjutan antara perusahaan, masyarakat, dan lembaga pendidikan Islam, yang secara bersama-sama membangun nilai, norma, dan pemahaman baru tentang pentingnya pendidikan Islam. Sementara itu, Transformative Learning memperkuat bahwa CSR mampu mengubah cara berpikir, sikap, dan karakter peserta didik menjadi lebih religius, mandiri, dan adaptif terhadap perubahan.

Secara empiris, dampak tersebut terlihat pada meningkatnya kualitas pendidikan Islam melalui beasiswa, pelatihan tenaga pendidik, dan penguatan pesantren serta madrasah, yang tidak hanya meningkatkan akses pendidikan tetapi juga

kualitas proses pembelajaran. CSR juga mendorong kemandirian lembaga pendidikan melalui dukungan ekonomi dan pengembangan kapasitas, sehingga pendidikan Islam tidak lagi bergantung pada bantuan sesaat.

Selain itu, terjadi penguatan karakter religius, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta terciptanya hubungan kemitraan yang lebih stabil antara perusahaan dan lembaga pendidikan Islam. Dengan demikian, CSR pendidikan Islam berfungsi sebagai instrumen transformasi yang mengintegrasikan aspek pendidikan, pemberdayaan, dan pembentukan karakter secara berkelanjutan.

Hasil temuan formal dan substantif dari penelitian dari teoritis dan empiris, yakni

1. Implementasi Program CSR dalam Pendidikan Islam

Temuan Formal, yakni implementasi CSR pendidikan Islam oleh perusahaan tambang menunjukkan adanya strategi pembangunan pendidikan Islam yang terstruktur, berkelanjutan. Sedangkan temuan substantif, yakni CSR pendidikan Islam telah bertransformasi menjadi instrumen strategis pembangunan sumber daya manusia berbasis nilai Islam yang mencakup beasiswa, penguatan pesantren dan madrasah, peningkatan kualitas pendidik, serta pembangunan karakter religius. Temuan ini menegaskan bahwa perusahaan tidak hanya berperan sebagai penyedia bantuan, tetapi juga sebagai aktor pembangunan pendidikan yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan secara terencana dan sistematis.

2. Interaksi Perusahaan dan Masyarakat dalam Pendidikan Islam

Temuan Formal, yakni efektivitas CSR pendidikan Islam ditentukan oleh kualitas interaksi antara perusahaan dan masyarakat yang bersifat partisipatif, komunikatif, dan kolaboratif. Sedangkan temuan substantif, yakni interaksi yang terbuka dan berbasis dialog menghasilkan keterlibatan masyarakat dalam seluruh tahapan program, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi.

Temuan ini menunjukkan bahwa CSR pendidikan Islam tidak hanya berlangsung secara satu arah, tetapi terbentuk melalui hubungan timbal balik yang memperkuat legitimasi perusahaan, membangun kepercayaan, serta menciptakan kesesuaian program dengan kebutuhan lembaga pendidikan Islam. Dengan demikian, masyarakat berperan sebagai subjek aktif dalam pengembangan pendidikan Islam, bukan sekadar penerima manfaat.

3. Implikasi Jangka Panjang CSR terhadap Pendidikan Islam

Temuan formal, yakni CSR pendidikan Islam memiliki dampak jangka panjang berupa penguatan kelembagaan pendidikan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pembentukan karakter religius yang berkelanjutan. Sedangkan temuan substantif, yakni CSR berkontribusi terhadap transformasi pendidikan Islam melalui peningkatan kapasitas pesantren dan madrasah, penguatan kemandirian lembaga, serta pengembangan sistem pendidikan yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Dampak tersebut tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga menyentuh aspek nilai, sikap, dan karakter peserta didik yang menjadi lebih religius, mandiri, dan kompetitif. Selain itu, CSR juga memperkuat kemitraan jangka panjang antara perusahaan dan lembaga pendidikan Islam, sehingga pendidikan Islam berkembang sebagai sistem yang tidak

bergantung pada bantuan sesaat, melainkan menjadi bagian dari pembangunan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa CSR pendidikan Islam di Kalimantan Selatan merupakan model pembangunan berbasis kemitraan multi-pihak yang mengintegrasikan aspek Pendidikan dan pembentukan karakter. Secara formal, CSR telah berkembang menjadi strategi pembangunan terstruktur dan berkelanjutan, sedangkan secara substantif, CSR berperan sebagai instrumen transformasi pendidikan Islam yang memperkuat kelembagaan, meningkatkan kualitas manusia, dan membangun keberlanjutan nilai-nilai keislaman dalam masyarakat.

Theoretical gap penelitian ini terletak pada belum adanya integrasi yang komprehensif antara teori CSR klasik dan modern, pendekatan konstruksi sosial, nilai-nilai Islam masyarakat Banjar dalam menjelaskan pelaksanaan CSR perusahaan dalam pengembangan pendidikan Islam berkelanjutan di Kalimantan Selatan. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan pendekatan CSR yang tidak hanya berorientasi pada legitimasi dan keberlanjutan bisnis, tetapi juga memperhatikan dimensi religious dan keberlanjutan pendidikan Islam dalam masyarakat.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada pengembangan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mengintegrasikan teori CSR modern dengan teori konstruksi sosial, nilai-nilai Islam masyarakat Banjar dalam konteks pengembangan pendidikan Islam berkelanjutan di Kalimantan Selatan. Penelitian ini tidak hanya memandang CSR sebagai strategi legitimasi dan keberlanjutan bisnis

perusahaan, tetapi juga sebagai realitas sosial-religius yang dibentuk melalui interaksi sosial, nilai budaya, dan tanggung jawab moral-spiritual perusahaan terhadap masyarakat.