

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA
KABUPATEN MURUNG RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh

RIZALUL MAHFUZ
NIM. 1504120449

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARIAH
TAHUN 1441H/2019M**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA KABUPATEN MURUNG RAYA

NAMA : RIZALUL MAHFUZ

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM


PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, November 2019

Pembimbing I Menyetujui Pembimbing II

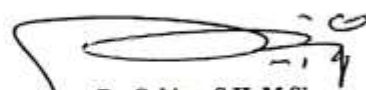

Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI
 NIP. 198207072006041003


Isra Mira, S.E., M.Si
 NIP. 199209092018091002

Mengetahui

Dekan Fakultas
 Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
 Ekonomi Islam


Dr. Sabian, S.H, M.Si
 NIP.196311091992031004


Enriko Tedja Sukmana, M.S.I
 NIP.198403212011011012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudara Rizalul Mahfuz

Palangka Raya, November 2019

Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN PALANGKA
RAYA
Di-
Palangka Raya

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara :

Nama : RIZALUL MAHFUZ
NIM : 1504120449
Judul : **IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA KABUPATEN MURUNG RAYA**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI
NIP. 198207072006041003

Pembimbing II



Isra Misra, S.E, M.Si
NIP. 199209092018091002



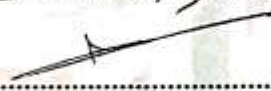

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA KABUPATEN MURUNG RAYA** oleh Rizalul Mahfuz dengan NIM: 150 412 0449 telah dimunaqasahkan oleh tim Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

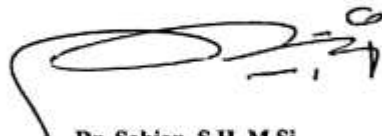
Hari : Jum'at
Tanggal : 01 November 2019

Palangka Raya, November 2019

TIM PENGUJI

1. **Enriko Tedja Sukmana, M.S.I** (Ketua Sidang/Penguji) 
2. **Dr. Ibnu Al Saudi, M.M** (Penguji I) 
3. **Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, MHI** (Penguji II) 
4. **Isra Misra, S.E, M.Si** (Sekertaris/Penguji) 

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Palangka
Raya


Dr. Sabian, S.H, M.Si
NIP.196311091992031004

**IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*(CSR)
UMROH PADAPT. INDO MURO KENCANA
KABUPATEN MURUNG RAYA**

**ABSTRAK
Oleh Rizalul Mahfuz**

Perusahaan selain dituntut untuk menghasilkan profit maksimal, perusahaan juga harus memiliki tanggung jawab sosial sehubungan dengan keberadaan perusahaan ditengah-tengah lingkungan masyarakat, tanggung jawab sosial perusahaan ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan mengadakan pelaksanaan program umroh untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya dibidang keagamaan. Adapun tujuan dalam penelitian adalah: untuk mengetahui motivasi membuat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, untuk mengetahui karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, dan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Adapun subjek penelitian ini adalah menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dan penerima program CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi teori dan sumber dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber yang berbeda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah untuk menjalankan instruksi dan kehendak dari manajemen perusahaan dan untuk memaksimalkan peran tokoh agama sehingga diperlukan mendapat penguatan yang memadai salah satunya dengan memberangkatkan umroh gratis untuk masyarakat. Serta karakteristik individu penerima program umroh ini adalah para tokoh agama/masyarakat dan pemuka agama yang aktif yang mempunyai ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki individu yang dapat menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan individu yang lainnya. Adapun faktor pendukung dan penghambat program umroh ini adalah terbatasnya anggaran dari manajemen dan tantangan bagi CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam memelihara dan mengatur berjalannya program karena banyaknya peminat dari masyarakat yang juga ingin menjadi penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

Kata Kunci: Implementasi, *Corporate Social Responsibility* (CSR) Umroh, dan PT. Indo Muro Kencana.

**IMPLEMENTATION OF UMROH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) IN PT. INDO MURO KENCANA OF
MURUNG RAYA REGENCY**

ABSTRACT
By Rizalul Mahfuz

The companies in addition are required to produce maximum profit, the companies must also have social responsibility in connection with the company's presence in the midst of the community environment, the social responsibility of these companies is known Corporate Social Responsibility (CSR). PT. Indo Muro Kencana Murung Raya Regency to carry out its social responsibility by conducting the implemented of the an umroh program to show the company's concern for the surrounding community in the field of religious. The purpose of in research is: To know the motivation an umroh program on CSR PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency, to know the characteristics of the individual recipients of the umroh program at CSR PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency, and to know the supporting and inhibiting factors of the umroh program at CSR PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency.

This research is a field research using qualitative research methods. The approach in this research is case study. The subject of this research is the CSR manager of PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency and PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. The data validation technique uses triangulation of theories and sources by gathering data and information from a variety of different sources.

The results of this study indicate that the motivation an umroh program at CSR PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency is to run the instruction and whim of the company management and to maximize the role of religious leaders so necessary to get strengthening the adequate one of them with dispatched umroh is free to the public. And the characteristics of the individual recipients of the umroh program are religious / community leaders and active religious leaders who have special characteristics or characteristics of individuals who can make themselves have different abilities from other individuals. The supporting and inhibiting factors of the Umrah program are the limited budget from management and challenges for CSR PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency in maintaining and managing the running of the program because of the many interested people from the community who also want to be recipients of the umroh program at CSR PT. Indo Muro Kencana of Murung Raya Regency.

Keywords: *Implementation, Umroh Corporate Social Responsibility (CSR), and PT. Indo Muro Kencana.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayyah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul **“IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA KABUPATEN MURUNG RAYA”** dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian, S.H, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.SI, selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
4. Bapak Ali Sadikin, M.Si., selaku dosen Pembimbing akademik selama menjalani perkuliahan.
5. Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, SHI, MHI, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan yang luar biasa, serta arahan, saran, dan nasehat sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Bapak Isra Misra, S.E, M.Si., selaku pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan luar biasa, serta arahan, saran, nasehat, dan waktunya selama penelitian sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh dosen Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya beserta staf-nya khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah meluangkan waktu, materi, tenaga untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan selama menjalani perkuliahan.
8. Departemen CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya khususnya Menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dan para Penerima Program yang bersedia menjadi subjek dan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya peneliti ucapkan kepada kedua orang tua Ayah, Ibu, Kakak, Adik, serta keluarga besar peneliti dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta selalu mendoakan untuk kelancaran dan keberhasilan peneliti selama perkuliahan dan penyusunan skripsi hingga selesai.

Palangka Raya, November 2019

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS



Dengan pernyataan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA KABUPATEN MURUNG RAYA" adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung resiko atau sanksi dengan aturan yang berlaku.

Palangka Raya, November 2019

Yang Membuat Pernyataan,

RIZALUL MAHFUZ
NIM.1504120449

MOTTO



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

...إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

“...Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

QS. Ar-Ra'd [13] : 11



PERSEMBAHAN



Atas Ridho Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan karya ini, maka dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada:

- ★ Untuk kedua orang tua, adik, dan semua keluarga saya yang telah memberi kontribusi terbesar dalam hidup saya yang selalu mendukung apapun yang dihadapi oleh saya selama ini, terimakasih selalu memberikan semangat, dorongan, nasihat, kasih sayang, serta doa-doa yang selalu terpanjatkan setiap saat demi kesuksesan saya.
- ★ Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, SHI, MHI, dan Isra Misra, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi saya, serta Bapak Ali Sadikin, M.Si, terima kasih banyak saya ucapkan karena sudah banyak membantu, menasihati, dan mengajari saya selama saya mengikuti perkuliahan dan juga dalam proses penyelesaian skripsi ini.
- ★ Seluruh dosen dan staff akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Terima kasih untuk semua ilmu dan pengalaman yang telah diberikan, serta membantu kelancaran kegiatan akademik saya selama ini.
- ★ Untuk sahabat, teman-teman terbaikkku dan seperjuanganku, Muhammad Amin (Amin Asoey), Ahmad Subhani (Salim), Muhammad Arif Rahman, David Ari Susanto, Jumberi (Jumbray), Jumbrianor (Ijum), Muhammad

Fachri, Muhammad Fahriandi (Owe), Ary Safarullah, Riky Firmanysah (Abut), Rudi Perwira, Dani Wahyudi, Ahmad Armuji, Saryadi, M. Ali Maksum, Yengky Saputra (Butak), Ridwan, Halimatusa'diah (Atus), Faridha Asrita, Meryana, Dian Islmiati, Noor Amaliyah (Ama), Nensy Desma Yanti (Awnens), Noorwey Lince (Cece), Karlina Devi (Dedev), Kodryah (Kokod), dan yang terakhir Manda Puteri, terima kasih untuk bantuan, doa, nasihat, canda tawa, support dan semangat yang kalian berikan, aku tak akan melupakan semua yang telah kalian berikan selama ini yang sudah kuanggap sebagai keluarga.

- ★ Seluruh teman-teman program studi Ekonomi Syariah angkatan 2015, khususnya teman-teman kelas ESY A yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan baik suka maupun duka, semoga tali silaturrahmi antara kita semua selalu terjaga, dan semoga kita juga menjadi orang yang berguna bagi keluarga, nusa, bangsa, dan agama, *amin allahumma amin*.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d .	de titik di bawah

ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka

B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydid* Ditulis Rangkap

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbutah* Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

الله نعمة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
-----------	---------	--------------------

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

__ َ __	Fathah	Ditulis	A
__ ِ __	Kasrah	Ditulis	I
__ ُ __	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-Vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata Dipisahkan

Dengan Apostrof

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “I” (el) nya.

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

I. Penulisan Kata-Kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
هل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
NOTA DINAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xiii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR BAGAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan Teori.....	12
1. Teori Motivasi.....	12
2. Teori Karakteristik Individu.....	17
3. Teori <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	25
C. Kerangka Berpikir.....	37

BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
C. Subjek dan Objek Penelitian	42
D. Jenis dan Sumber Data	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Pengabsahan Data	47
G. Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA.....	50
A. Gambaran Lokasi Penelitian.....	50
1. Profil Singkat PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya	50
2. Profil Singkat Program Umroh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.....	51
B. Penyajian Data	53
C. Analisis Hasil Penelitian	62
1. Motivasi Program Umroh Pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.....	62
2. Karakteristik Individu Penerima Program Umroh Pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.....	68
3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Program Umroh Pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.....	74
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2 Penerima Program Umroh	69



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir.....	39
----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan sebagai salah satu aktor ekonomi dalam suatu wilayah, baik itu wilayah desa, kecamatan, kabupaten, ataupun provinsi dan negara dituntut untuk menghasilkan profit maksimal. Namun prinsip bahwa perusahaan hanya berorientasi pada keuntungan sudah mulai ditinggalkan. Perusahaan harus juga memiliki tanggung jawab sosial sehubungan dengan keberadaan perusahaan ditengah-tengah lingkungan masyarakat.¹ Tanggung jawab perusahaan itu diantaranya adalah ikut andil dalam mensejahterahkan perekonomian masyarakat disekitarnya melalui program kemitraan dan bina lingkungan. Sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat ini disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.² Praktek kedermawanaan sosial perusahaan dewasa ini mengalami perkembangan pesat sejalan dengan perkembangannya konsep *Corporate Social Responsibility*. Hal terkait dengan mandat dunia

¹Ismail sholihin, *Coporate Social Responsibility*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 12.

²Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Sinar Grafika Offet, 2009, h. 1.

untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial.³

Jika dilihat dalam perspektif Islam, CSR merupakan konsekuensi inheren dari ajaran Islam. Tujuan dari syariat Islam adalah maṣlaḥah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan maṣlaḥah, bukan hanya mencari keuntungan. Dalam pandangan Islam kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap survive dalam jangka panjang.⁴

Banyak perusahaan yang melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemas dengan sedemikian rupa dan tidak hanya berupa sumbangan material saja tetapi ada juga yang bersifat keagamaan maupun yang bersifat memberdayakan masyarakat agar masyarakat dapat berdiri sendiri dan dapat mengembangkan keterampilan dan keahlian yang dimilikinya dengan berbagai macam program CSR yang dikhususkan kepada masyarakat agar terciptanya masyarakat yang sejahtera dan harapan untuk mengurangi kemiskinan.

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Kalimantan Tengah yaitu PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Perusahaan ini membuat program berupa hadiah dalam bentuk umroh untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya. Melalui program dari CSR PT. Indo Muro Kencana ini diharapkan mampu meningkatkan kereligiusan bagi penerima program dalam

³Fajar Nursahid, *Tanggung Jawab Sosial BUMN*, Depok: Piramedia, 2006, h. 27.

⁴Hendrie, *Persepsi Stakeholder Terhadap Pelaksanaan CSR*, Jurnal Sinergi, 2008.h. 19.

bentuk umroh sehingga dapat memotivasi masyarakat yang lain untuk bias berangkat umroh dengan memenuhi karakteristik dari CSR PT. Indo Muro Kencana. Selain itu, juga diharapkan dapat membantu meringankan beban biaya perjalanan bagi masyarakat yang kurang memiliki biaya (kurang mampu) dengan memberangkatkan penerima program untuk berangkat umroh gratis ke tanah suci mekkah dengan biaya yang ditanggung oleh perusahaan.

PT. Indo Muro Kencana adalah salah satu perusahaan pertambangan emas yang ada di Indonesia dan merupakan salah satu pertambangan emas terbesar yang ada di Provinsi Kalimantan Tengah yang wilayah operasinya mencakup 3 Kecamatan, yaitu Kecamatan Tanah Siang Selatan, Kecamatan Murung dan Kecamatan Permata Intan. Perusahaan tambang emas dan perak ini mulai produksi pada tahun 1994. Lokasi tambang ini berada di kecamatan Permata Intan, Murung dan Tanah Siang kabupaten Murung Raya Provinsi Kalimantan Tengah. Luas wilayah Kontrak Karya PT. Indo Muro Kencana adalah 47.965 Ha, berada disekitar pemukiman masyarakat Dayak Siang, Murung dan Bakumpai, termasuk beberapa aliran sungai dan anak sungai.⁵

Melalui Departemen *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indo Muro Kencana Kecamatan Murung Kabupaten Murung Raya diharapkan masyarakat dan lingkungan dapat menyadari manfaat dari perusahaan, sehingga dengan adanya program dari CSR ini mampu meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR)

⁵Observasi di PT. Indo Muro Kencana pada tanggal 18 Mei 2019.

PT. Indo Muro Kencana ini adalah wujud komitmen perusahaan untuk membantu meningkatkan kereligiusan masyarakat lokal dibidang keagamaan.⁶

Berdasarkan observasi awal penerima program dalam bentuk Umroh ini mengatakan bahwa program dalam bentuk umroh dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indo Muro Kencana sangat membantu masyarakat dalam bidang keagamaan dalam rangka meningkatkan kereligiusan dan menyempurnakan ibadah masyarakat sehingga bagi masyarakat yang berkeinginan berangkat umroh tetapi tidak terealisasikan karena kendala biaya, maka dari itu dengan adanya program dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dapat memberikan harapan kepada masyarakat yang kurang mampu namun mempunyai keinginan untuk berangkat umroh.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“IMPEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) UMROH PADA PT. INDO MURO KENCANA KABUPATEN MURUNG RAYA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan antara lain:

1. Apa motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya?

⁶*Ibid.*

2. Apa karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mengkaji motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.
2. Untuk mengetahui dan mengkaji karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.
3. Untuk mengetahui dan mengkaji faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara akademik sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dari penelitian ini terdiri dari 5 bab yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bab ini berisi latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka, bab ini berisi penelitian terdahulu, kumpulan teoritik antara lain teori motivasi, teori karakteristik individu, teori *corporate social responsibility* (CSR), kerangka Berpikir.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, pendekatan penelitian, jenis dan sumber data. subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan analisis data.

BAB IV Hasil dan Analisis tentang implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya meliputi motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

BAB V Penutup terdiri dari, kesimpulan dan saran.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Didalam pengkajian penelitian ini, peneliti mengadakan kajian terhadap penelitian terdahulu. Dengan tujuan sebagai penguat landasan teori dan kerangka konseptual dalam penelitian ini, agar tidak terjadi plagiat dan kesamaan dalam hal penulisan penelitian maupun isi penelitian tersebut. Karya ilmiah yang peneliti dapatkan berupa skripsi dan penelitian, namun penulis akan memaparkan hasil penelitian terdahulu yang menjadi acuan pustaka penulis dalam menyusun penelitian ini.

Acuan pustaka tersebut akan penulis uraikan dibawah ini :

Muhammad Hendra Adi Kusmanto (2018) dengan judul “Peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KSI (Kerry Sawit Indonesia) Di Desa Danau Sembuluh Kabupaten Seruyan”.⁷ Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh PT. Kerry Sawit Indonesia di Desa Danau Sembuluh Kabupaten Seruyan yaitu melalui kajian-kajian yang dilakukan oleh perusahaan terkait proyek bisnis sehingga terjadilah pertemuan partisipatif yang melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan yaitu perusahaan, perangkat desa, tokoh agama, tokoh masyarakat dan pihak yang terkait lainnya. Tujuan dari pertemuan itu adalah untuk merencanakan program-program perusahaan terkait dengan proyek bisnis yang akan dijalankan sebagai wujud komitmen dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan.

⁷Muhammad Hendra Adi Kusmanto, Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KSI (Kerry Sawit Indonesia) Di Desa Danau Sembuluh Kabupaten Seruyan. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2018, h. 59.

Masyarakat diposisikan sebagai mitra oleh perusahaan, sehingga masyarakat juga ikut ambil andil dalam eksistensi perusahaan tersebut. Dengan demikian, penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan menunjang perekonomian masyarakat serta meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Adapun manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Dengan adanya CSR ini dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup dan meningkatkan pendapatan.
2. Dengan adanya CSR ini masyarakat dapat memperoleh banuan sarana dan prasarana yang menunjang aktifitas sehari-hari mereka.
3. Dengan adanya CSR ini masyarakat dapat menikmati pemberian fsilitas pendidikan, kesehatan, dan sosial atau bahkan keagamaan.⁸

Jati Suliman (2010) dengan judul “Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif tentang Pelaksaan CSR PT. Tiga Serangkai dalam Program Spiritual Building Training (SBT) dalm Rangka Pembentukan Citra Positif di Kalangan Khalayak)”.⁹ Diperoleh hasil penelitian, bahwa CSR yang dilakukan oleh PT. Tiga Serangkai melalui program Spiritual Building Training adalah sebuah program training persembahan PT. Tiga Serangkai bagi pemenuhan kebutuhan spiritual guna membangun dan meningkatkan kualitas keimanan terhadap Allah SWT,

⁸*Ibid.*

⁹Jati Suliman, Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif Tentang Pelaksanaan CSR PT. Tiga Serangkai Dalam Program Spritual Building Training (SBT) Dalam Rangka Pembentukan Citra Perusahaan di Kalangan Khalayak). Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010, h. 37.

sehingga mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Program ini dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat diutamakan lingkungan pendidikan. Tujuan dilaksanakannya program ini adalah terkait dengan visi perusahaan yaitu turut mencerdaskan bangsa melalui kecerdasan spiritual.

Pada tahap konteks, Spiritual Building Training yang merupakan program sosial dari marketing PT. Tiga Serangkai mempunyai konsep yang kreatif karena tidak ada perusahaan lain yang memiliki konsep sejenis. Tujuan program ini sudah sesuai dengan tujuan perusahaan yakni mencerdaskan bangsa. Sasaran program adalah masyarakat luas tetapi dikhususkan instansi pendidikan. Pengkhususan sasaran program adalah berkaitan dengan sasaran bisnis, dan terbukti program sosial ini bermanfaat bagi marketing perusahaan.¹⁰

Nurhikmah Muhktar (2012) dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai modal sosial pada PT. Pertamina EP Region KTI Field Bunyu”.¹¹ Dalam mengimplementasikan CSR sebagai modal sosial PT Pertamina EP Region KTI Field Bunyu, telah mampu menarik kepercayaan masyarakat kepada perusahaan. Karena perusahaan telah menjalankan program CSR nya dengan baik, sehingga dapat meredam beberapa masalah-masalah gangguan keamanan, seperti : pencurian peralatan migas, unjuk rasa, sabotase, ancaman, serta dapat mencegah kesenjangan sosial antara perusahaan dan masyarakat sekitar perusahaan.

¹⁰*Ibid.*

¹¹Nurhikmah Mukhtar, Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Pertamina EP Region KTI *Field* Bunyu. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2012, h. 58.

Dalam mengimplementasikan CSR PT Pertamina EP Region KTI Field Bunyu telah melakukan kegiatan-kegiatan *Community Development* yaitu :

1. Bidang ekonomi, membantu pemerintah untuk memberdayakan masyarakat dalam usaha meningkatkan ekonomi.
2. Pendidikan dan kebudayaan, memberikan beasiswa, membantu kelengkapan sarana kebudayaan dan prasarana pendidikan, olahraga dan kegiatan budaya.
3. Kesehatan, mendukung upaya peningkatan kesehatan masyarakat. Fasilitas sosial dan fasilitas umum, mendukung pembangunan sarana dan prasarana sosial dan fasilitas umum di daerah operasi.
4. Lingkungan, mendukung program peningkatan kesadaran lingkungan.¹²



¹²*Ibid.*

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama, Tahun, Judul.	Perbedaan	Persamaan
1.	Muhammad Hendra Adi Kusmanto (2018) “Penerapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. KSI (Kerry Sawit Indonesia) di Desa Danau Sembuluh Kabupaten Seruyan”	Terletak pada subjek penelitian ini adalah Departemen <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya Berkokus kepada teori motivasi dan karakteristik Individu Metode penelitian menggunakan kualitatif diskriptif	Implementasi program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
2.	Jati Suliman (2010) “Pelaksanaan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif tentang Pelaksanaan CSR PT. Tiga Serangkai dalam Program Spiritual	Terletak pada subjek penelitian ini adalah Departemen <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya Berkokus kepada teori motivasi dan karakteristik individu Metode penelitian menggunakan kualitatif	Implementasi program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)

	Building Training (SBT) dalam Rangka Pembentukan Citra Positif di Kalangan Khalayak)”	diskriptif	
3.	Nurhikmah Muhktar (2012) dengan judul “Implementasi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> sebagai modal sosial pada PT. Pertamina EP Region ‘KTI Field Bunyu”	Terletak pada subjek penelitian ini adalah Departemen <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya Berfokus kepada teori motivasi dan karakteristik individu Metode penelitian menggunakan kualitatif diskriptif	Implementasi program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>

Sumber ditulis oleh peneliti tahun 2019

B. Landasan Teori

1. Teori Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Sehingga motivasi dalam sebuah organisasi (motivasi organisasi) ialah sesuatu yang mendorong atau menggerakkan setiap anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. “sesuatu” tersebut ialah landasan kita (organisasi) untuk melakukan tindakan, yaitu keyakinan (*belief*).¹³

Motivasi merupakan suatu dorongan yang membuat orang bertindak atau berperilaku dengan cara-cara motivasi yang mengacu pada sebab munculnya sebuah perilaku, seperti faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Motivasi dapat diartikan sebagai kehendak untuk mencapai status, kekuasaan dan pengakuan yang lebih tinggi bagi setiap individu. Motivasi justru dapat dilihat sebagai basis untuk mencapai sukses pada berbagai segi kehidupan melalui peningkatan kemampuan dan kemauan.¹⁴

Selain itu motivasi dapat diartikan sebagai keadaan yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau *moves*, mengarah dan

¹³<https://www.kompasiana.com/ahmadarif/5528ba51f17e61e97d8b460b/motivasi-organisasi>, diakses pada tanggal 22-Juli-2019.

¹⁴George Terry, *Prinsip – Prinsip Manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara, 1996, h. 131.

menyalurkan perilaku kearah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.¹⁵

b. Pandangan tentang Motivasi

Terdapat berbagai macam pandangan tentang motivasi, diantaranya:

1) Model Tradisional

Model ini mengisyaratkan bahwa manajer menentukan bagaimana pekerjaan harus dilakukan dan digunakannya sistem pengupahan insentif untuk memotivasi para pekerja. Lebih banyak berproduksi, lebih banyak menerima penghasilan. Model ini menganggap bahwa “para pekerja pada dasarnya malas dan hanya dapat dimotivasi dengan penghargaan berwujud uang”.

2) Model Hubungan Manusiawi

Kontak sosial pegawai pada pekerjaannya merupakan hal penting, bahwa kebosanan dan tugas-tugas yang bersifat pengulangan adalah faktor-faktor pengurang motivasi. Manajer dapat memotivasi bawahan melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan sosial mereka dan membuat mereka merasa berguna dan penting. Semisal, para karyawan diberi berbagai kebebasan untuk membuat keputusan sendiri dalam pekerjaannya.

3) Model SDM

Model ini menyatakan bahwa para karyawan dimotivasi oleh banyak faktor, tidak hanya uang atau keinginan untuk mencapai

¹⁵Bejo Siswanto, *Manajemen Tenaga kerja*, Bandung : Sinar Baru, Cetakan Baru, 1989, h. 243.

kepuasan, tetapi juga kebutuhan untuk berprestasi dan memperoleh pekerjaan yang berarti. Mereka beralasan bahwa kebanyakan orang telah dimotivasi untuk melakukan pekerjaan secara baik dan bahwa mereka tidak secara otomatis melihat pekerjaan sebagai sesuatu yang tidak dapat menyenangkan. Mereka mengemukakan bahwa para karyawan lebih menyukai pemenuhan kepuasan dari suatu prestasi kerja yang baik. Jadi, para karyawan dapat diberi tanggung jawab yang lebih besar untuk pembuatan keputusan-keputusan dan pelaksanaan tugas-tugas.¹⁶

c. Sumber Motivasi

Sumber motivasi digolongkan menjadi dua, yaitu sumber motivasi dari dalam diri (*Intrinsik*) dan sumber motivasi dari luar (*Ekstrinsik*).

1) Motivasi *Intrinsik*

Yang dimaksud dengan motivasi *intrinsik* adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Itu sebabnya motivasi *intrinsik* dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan suatu dorongan dari dalam diri dan secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajarnya.

¹⁶*Ibid*, h. 172–173.

2) Motivasi *Ekstrinsik*

Motivasi *ekstrinsik* adalah motif-motif yang aktif dan berfungsi karena adanya perangsang dari luar. Motivasi ekstrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak terkait dengan dirinya.

Ada dua faktor utama di dalam organisasi (faktor eksternal) yang membuat karyawan merasa puas terhadap pekerjaan yang dilakukan, dan kepuasan tersebut akan mendorong mereka untuk bekerja lebih baik, kedua faktor tersebut antara lain :

- Motivator, yaitu prestasi kerja, penghargaan, tanggung jawab yang diberikan, kesempatan untuk mengembangkan diri dan pekerjaannya itu sendiri.
- Faktor kesehatan kerja, merupakan kebijakan dan administrasi perusahaan yang baik, supervisi teknisi yang memadai, gaji yang memuaskan, kondisi kerja yang baik dan keselamatan kerja¹⁷.

Dilingkungan suatu organisasi atau perusahaan kecenderungan penggunaan motivasi *ekstrinsik* lebih dominan dari pada motivasi intrinsik. Kondisi ini disebabkan tidak mudah untuk menumbuhkan kesadaran dari dalam diri karyawan itu sendiri, sementara kondisi kerja

¹⁷*Ibid*, h. 175 – 176.

disekitarnya lebih banyak menggiringnya pada mendapatkan kepuasan kerja yang hanya dapat dipenuhi dari luar dirinya¹⁸.

d. Jenis Motivasi

1) Motivasi Positif (*Insentif Positif*)

Memotivasi dengan memberikan hadiah kepada mereka ataupun diri sendiri yang termotivasi untuk berprestasi baik dengan motivasi positif. Semangat seseorang individu yang termotivasi tersebut akan meningkat, karena manusia pada umumnya senang menerima yang baik-baik.

2) Motivasi Negatif (*Insentif Negatif*)

Memotivasi dengan memberikan hukuman kepada mereka ataupun diri sendiri yang berprestasi kurang baik atau berprestasi rendah. Dengan memotivasi negatif ini semangat dalam jangka waktu pendek akan meningkat, karena takut akan hukuman, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik¹⁹.

e. Manfaat Motivasi

Manfaat motivasi yang utama adalah menciptakan gairah kerja, sehingga produktivitas kerja meningkat. Sementara itu, manfaat yang diperoleh karena bekerja dengan orang-orang yang termotivasi adalah: pekerjaan dapat diselesaikan dengan tepat. Artinya, pekerjaan diselesaikan sesuai standar yang benar dan dalam skala waktu yang

¹⁸Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya manusia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2011, h. 359.

¹⁹Hasibuan. M, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007, h. 178.

sudah ditentukan. Sesuatu yang dikerjakan karena ada motivasi akan membuat orang senang mengerjakannya. Orang pun akan merasa dihargai atau diakui. Hal ini terjadi karena pekerjaannya itu betul-betul berharga bagi orang yang termotivasi. Orang akan bekerja keras karena dorongan untuk menghasilkan suatu target sesuai yang telah mereka tetapkan²⁰.

2. Teori Karakteristik Individu

a. Pengertian Karakteristik Individu

Karakteristik individu adalah perbedaan individu dengan individu lainnya. Sumber daya yang terpenting dalam organisasi adalah sumber daya manusia, orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreativitas, dan usaha mereka kepada organisasi agar suatu organisasi dapat tetap eksistensinya²¹. Karakteristik individu adalah ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki karyawan yang dapat menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan karyawan yang lainnya untuk mempertahankan dan memperbaiki kinerjanya.²²

Menurut Ardana dkk, bahwa karakteristik individu adalah minat, sikap terhadap diri sendiri, pekerjaan, dan situasi pekerjaan, kebutuhan

²⁰Iskak Arep dan Hendri Tanjung, *Manajemen Motivasi*, Jakarta : PT Gramedia, 2004, h. 16.

²¹Herianus Peoni, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, Jurnal Universitas SAM RATULANGI, 2014, h. 3.

²²Destia Aktarina, *Pengaruh Karakteristik Individu, Pekerjaan dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi dan Dampaknya terhadap Kinerja Anggota POLRI di POLRESTA Palembang*, Jurnal Universitas PGRI Palembang, h. 43.

individual, kemampuan atau kompetensi, pengetahuan tentang pekerjaan dan emosi, suasana hati, perasaan keyakinan dan nilai-nilai.²³

Menurut Gibson, James L yang dialih bahasakan oleh Nunuk Ardiani bahwa yang dimaksud dengan karakteristik individu adalah kemampuan dan kecakapan, latar belakang dan demografi²⁴. Klasifikasi dari demografi adalah jenis kelamin dan ras. Ini semua adalah karakteristik yang dimiliki individu dan karakteristik ini akan memasuki suatu lingkungan baru, yakni organisasi.

Menurut Robbins, Stephen. P dan Judge, Timothy. A yang dialih bahasakan oleh Diana Angelica bahwa karakteristik individu adalah kemampuan, karakteristik-karakteristik biografis, pembelajaran, sikap, kepribadian, persepsi, dan nilai²⁵.

b. Faktor-faktor Karakteristik Individu

Menurut Miftah Thoha berkaitan dengan karakteristik individu, bahwa individu membawa kedalam tatanan organisasi, kemampuan, kepercayaan pribadi, penghargaan kebutuhan dan pengalaman masa lalunya. Ini semua adalah karakteristik yang dimiliki individu dan karakteristik individu ini akan memasuki suatu lingkungan baru, yakni organisasi.²⁶

²³Andy Setiawan dan Tri Bodroastuti, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor-Faktor Pekerjaan terhadap Motivasi (Studi pada Karyawan CV. Bintang Timur Semarang)*, Jurnal STIE Widya Manggala, h. 8.

²⁴Nur Hayati dan Imelda Cristina Sinaga, *Pengaruh Karakteristik Individu (Individual Characteristics Team) Terhadap Kinerja Tim (Performance Team)*, Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi, Vol. VI No. 1 April 2014, h. 16.

²⁵*Ibid*, h. 5.

²⁶Herianus Poeni, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, h. 5.

Sementara itu Bashwa dan Grant mengemukakan beberapa ciri-ciri pribadi meliputi: jenis kelamin, status perkawinan, usia, pendidikan, pendapatan keluarga, dan masa jabatan. Sedangkan menurut Nimran bahwa karakteristik individu adalah ciri-ciri biografis, kepribadian, persepsi dan sikap.²⁷

Karakteristik individu adalah ciri khas yang menunjukkan perbedaan seseorang tentang motivasi, inisiatif, kemampuan untuk tetap tegar menghadapi tugas sampai tuntas atau memecahkan masalah atau bagaimana menyesuaikan perubahan yang terkait erat dengan lingkungan yang mempengaruhi kinerja individu.²⁸

Menurut Winardi karakteristik individual mencakup sifat-sifat berupa kemampuan dan ketrampilan; latar belakang keluarga, sosial, dan pengalaman; umur, bangsa, jenis kelamin dan lainnya yang mencerminkan sifat demografi tertentu; serta karakteristik psikologis yang terdiri dari persepsi, sikap, kepribadian, belajar, dan motivasi. Menurut Winardi cakupan sifat-sifat tersebut membentuk suatu nuansa budaya tertentu yang menandai ciri dasar bagi suatu organisasi tertentu pula.²⁹

Robbins menyatakan bahwa: faktor-faktor yang mudah didefinisikan dan tersedia, data yang dapat diperoleh sebagian besar

²⁷Nur Hayati dan Imelda Cristina Sinaga, *Pengaruh Karakteristik Individu (Individual Characteristics Team) Terhadap Kinerja Tim (Performance Team)*, *Ibid*, h. 25.

²⁸Abdur Rahman, *Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala*, *E-Jurnal Katalogis Universitas Tadulako*, Vol. 1 No. 2, April 2013, h. 76.

²⁹*Ibid.*, h. 77.

dari informasi yang tersedia dalam berkas personalia seorang pegawai mengemukakan karakteristik individu meliputi usi, jenis kelamin, status perkawinan, banyaknya tanggungan dan masa kerja dalam organisasi³⁰. Faktor karakteristik, organisasi merupakan wadah bagi individu untuk mencapai tujuan, baik tujuan pribadi maupun tujuan organisasi. Individu dengan karakternya sendiri dan organisasi juga memiliki karakter tertentu yang saling menyesuaikan berkaitan dengan karakteristik individu, bahwa individu membawa kedalam tatanan organisasi, kemampuan kepercayaan pribadi dan penghargaan kebutuhan dan pengalaman masa lainnya.

Karakteristik individu yang tercermin dari kemampuan dan ketrampilan, usia, jenis kelamin, status perkawinan, masa kerja, keturunan, lingkungan sosial, pengalaman, dan nilai individu. Penetapan karyawan pada bidang pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan ketrampilan yang dimilikinya akan mengarah pada prestasi dan kepuasan kerja yang tinggi³¹.

Menurut Mathis ada empat karakteristik individu yang mempengaruhi bagaimana orang-orang dapat berprestasi:

- 1) Minat, orang cenderung mengejar karir yang mereka yakni cocok dengan minat mereka.

³⁰Herianus Poeni, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, h. 3.

³¹Abdi Akbar, *Pengaruh Karakteristik Pekerjaan, Karakteristik Organisasi, dan Karakteristik Individu terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Bank Swasta di Provinsi Sulawesi Selatan*, Jurnal Analisis Universitas Hasanudin Makasar, Vol. 6. No. 2, 18 Juli 2016, h. 185.

- 2) Jati diri, karir merupakan perpanjangan dari jati diri seseorang juga hal yang membentuk jati diri.
- 3) Kepribadian, faktor ini mencakup orientasi pribadi karyawan (sebagai contoh karyawan bersifat reliatis, menyenangkan dan artistik) dan kebutuhan individual, latihan, kekuasaan dan kebutuhan prestis.
- 4) Latar belakang sosial, status sosial ekonomi dan tujuan pendidikan pekerjaan orang tua karyawan merupakan faktor yang berfungsi dalam kategori.

Hubungan antara kepuasan kerja dan usia masih dalam perdebatan. Namun demikian pekerja profesional akan mengalami peningkatan kepuasan sejalan dengan bertambahnya usia mereka, setidaknya sampai pada usia 60 tahun³².

Setiap orang mempunyai pandangan, tujuan kebutuhan dan kemampuan yang berbeda satu sama lain. Perbedaan ini akan terbawa dalam dunia kerja yang akan menyebabkan kepuasan satu orang dengan yang lain berbeda pula, meskipun bekerja di tempat yang sama karakteristik individu dalam penelitian ini meliputi³³:

- 1) Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah kapasitas seseorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan dengan kata lain

³²*Ibid*, h. 186.

³³Arief Subyantoro, *Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerja, Karakteristik Organisasi dan Kepuasan Kerja Pengurus yang di Mediasi oleh Motivasi Kerja (Studi pada Pengurus KUD di Kabupaten Sleman)*, Jurnal Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta, Vol. 11, No. 1, 18 Juni 2016, h. 12.

bahwa kemampuan merupakan fungsi dan pengetahuan serta keterampilan (*Skill*).

2) Nilai

Menurut Robbin, nilai seseorang berdasarkan pada pekerjaan yang memuaskan dapat di nikmati, hubungan dengan orang-orang, pengembangan intelektual dan waktu untuk keluarga.

3) Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah pernyataan *evaluative* baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan mengenai objek, orang atau peristiwa. Dalam penelitian ini sikap akan difokuskan bagaimana seseorang merasakan atas pekerjaan, kelompok kerja, penyedia, dan organisasi.

4) Minat (*Interest*)

Minat adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu. Pola-pola minat seseorang merupakan salah satu faktor yang menentukan kesesuaian orang dengan pekerjaannya minat orang terhadap jenis pekerjaan berbeda-beda.

c. Tujuan Karakteristik Individu

Indikator Karakteristik individu menurut teori *Path-Goal*, yaitu sebagai berikut:³⁴

1) Letak Kendali (*Locus of Control*)

³⁴Herianus Poeni, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, h. 6.

Hal ini berkaitan dengan keyakinan individu sehubungan dengan penentuan hasil. Individu yang mempunyai letak kendali internal menyakini bahwa hasil (*reward*) yang mereka peroleh didasarkan pada usaha yang mereka lakukan sendiri. Sedangkan mereka yang cenderung letak kendali eksternal peroleh dikendalikan oleh kekuatan di luar control pribadi mereka. Orang yang internal cenderung lebih menyukai gaya kepemimpinan yang *participative*, sedangkan letak kendali eksternal umumnya lebih menyenangi gaya kepemimpinan *directive*.

2) Kesiediaan untuk menerima pengaruh (*Authoritarianism*)

Kesiediaan orang untuk menerima pengaruh dari orang lain. Bawahan yang tingkat *authoritarianism* yang tinggi cenderung merespon gaya kepemimpinan yang *directive*, sedangkan bawahan yang tingkat *authoritarianism* rendah cenderung memilih gaya kepemimpinan *partisipatif*.

3) Kemampuan (*Abilities*)

Kemampuan dan pengalaman bawahan akan mempengaruhi apakah mereka dapat bekerja lebih berhasil dengan pemimpin yang berorientasi prestasi (*achievement oriented*) yang telah menentukan tantangan sasaran yang harus dicapai dan mengharapkan prestasi yang tinggi, atau pemimpin yang *supportive* yang lebih suka memberi dorongan dan mengarahkan mereka. Bawahan yang mempunyai kemampuan yang tinggi cenderung memilih gaya

kepemimpinan *achievement oriented*, sedangkan bawah yang mempunyai kemampuan rendah cenderung memilih pemimpin yang *supportive*.

Menurut Ardana bahwa indikator karakteristik individu yaitu :³⁵

a) Minat

Minat adalah sikap yang membuat orang senang akan ide-ide atau pendapat tertentu.

b) Sikap terhadap diri sendiri, pekerjaan, dan situasi pekerjaan

Sikap adalah pernyataan evaluasi baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan mengenai diri sendiri, pekerjaan dan situasi pekerjaan.

c) Kebutuhan Individual

Kebutuhan individual adalah keinginan individual yang dibentuk oleh lingkungan hidup seperti lingkungan keluarga, tempat bekerja, kelompok sosial, dan sebagainya.

d) Kemampuan dan kompetensi

Kemampuan dan kompetensi adalah kapasitas seorang individu untuk mengerjakan berbagai tanggung jawab dalam pekerjaan.

e) Pengetahuan tentang pekerjaan

pengetahuan tentang pekerjaan adalah semua informasi yang dimiliki masyarakat mengenai pekerjaan serta pengetahuan lainnya

³⁵Andy Setiawan dan Tri Bodroastuti, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor-Faktor Pekerjaan terhadap Motivasi (Studi pada Karyawan CV. Bintang Timur Semarang)*, t,th, h. 8.

yang terkait pekerjaan tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai pekerja.

f) Emosi, suasana hati, keyakinan

Emosi, suasana hati, serta keyakinan merupakan faktor yang mendasar untuk seseorang itu memutuskan sesuatu selain dengan mempertimbangkan dari beberapa informasi.

3. Teori *Corporate Social Responsibility*

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) secara umum adalah suatu bentuk dukungan manajemen terhadap suatu kewajiban perusahaan (organisasi) untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Jadi, CSR dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta terus menerus menjaga agar dampaknya tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi jangka panjang terhadap satu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Kontribusi dari perusahaan ini bisa berupa

banyak hal, misalnya bantuan dana, bantuan tenaga ahli, bantuan berupa barang, dan lain-lain.³⁶

Menurut bahasa, *Corporate Sosial Responsibility* diartikan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas memilih menggunakan istilah Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan untuk penjabaran dalam pengaturan tersebut. Pada saat ini belum adanya kesatuan bahasa terhadap istilah CSR namun secara konseptual semuanya memiliki kesamaan makna. Beragam istilah yang sama dengan pengertian CSR misalnya *Corporate Responsibility, Corporate Citizenship, Responsible Business, Sustainable Responsible Business, dan Corporate Social Performance*.³⁷

Sedangkan secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Namun secara empiris CSR ini telah diterapkan oleh perusahaan dalam bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan (*voluntary*). CSR tersebut dilakukan dengan motivasi yang beragam, tergantung pada sudut pandang dan bagaimana memaknai CSR itu sendiri.

³⁶Hery, "*Akuntansi dan Rahasia di Balikny*", Cet 1, Jakarta: Bumi Aksara: 2012, h. 138.

³⁷Tri Budiyo, *Hukum Perusahaan*, Salatiga: Griya Media, 2011, h. 107.

Terdapat berbagai definisi CSR dari berbagai ahli, lembaga-lembaga internasional, serta berbagai pengertian yang terdapat dalam buku-buku mengenai CSR adalah sebagai berikut :

- a) *European Union* mendefinisikan CSR adalah sebuah konsep dengan nama perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.
- b) *Mallen Baker* mengartikan CSR sebagai suatu hal bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut melakukan pengelolaan terhadap proses ekonominya dalam rangka menghasilkan suatu dampak positif secara menyeluruh bagi masyarakat.³⁸
- c) *World bank* (Bank Dunia) mengemukakan definisi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu persetujuan atau komitmen perusahaan agar bermanfaat bagi pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, bekerja dengan para perwakilan dan perwakilan mereka, masyarakat setempat dan masyarakat dalam ukuran lebih luas, untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan demikian eksistensi perusahaan tersebut akan baik bagi perusahaan itu sendiri dan baik pula bagi pembangunan.³⁹
- d) *Michael Hopkins* mendefinisikan CSR adalah berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap *stakeholders* baik yang berada di

³⁸Matias Siagian, Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, Medan: FISIP USU PRESS, 2010, h. 65.

³⁹*Ibid.*, h. 66.

dalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan secara etis atau secara bertanggung jawab dengan memperlakukan stakeholders dengan cara yang bisa diterimanya.⁴⁰

Walaupun tidak dikemukakan secara jelas dan langsung. Definisi tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemukakan bank dunia di atas sudah mengarah kepada dilibatkannya berbagai pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonomi perusahaan. Dengan demikian, suatu perusahaan yang melakukan aktivitas ekonomi di suatu kawasan terlebih dahulu harus mengetahui siapa saja pihak-pihak yang menjadi pemangku kepentingannya (*stakeholders*), serta mengajak seluruh pemangku kepentingan tersebut dalam proses penetapan kebijakan ekonomi mereka.

Dari berbagai rumusan diatas, terlihat bahwa sampai saat ini belum ada kesamaan bahasa dalam merumuskan dan memaknai CSR. Begitu pula halnya dalam konteks ketentuan peraturan perundang-undangan, ternyata belum mempunyai bahasa yang sama dalam merumuskan pengertian CSR, hal ini dapat dibuktikan dari :

- 1) Penjelasan Pasal 15 huruf b Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal (UUPM) yang menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk

⁴⁰Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*, Jakarta, Rajawali Pers, 2011, h. 26.

menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.

- 2) Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) juga menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.⁴¹

Meskipun ada perbedaan penekanan dari pengertian dan rumusan CSR antara UUPM dan UUPT, namun secara substansial kedua undang-undang ini telah merubah persepsi atau paradigma CSR dari kegiatan *Voluntary* menjadi *Mandatory*.

b. Unsur-unsur *Corporate Social Responsibility*

Menurut *Archie B. Carrol* secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan didasari tiga prinsip dasar yang dikenal sebagai triple bottom lines yaitu 3P :⁴²

- 1) *Profit*. Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2) *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan terhadap manusia, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, seperti pemberian beasiswa bagi

⁴¹*Ibid*, h. 22.

⁴²Edi Suharto, *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan*, Bandung: Refika Aditama, 2007, h. 104-105.

pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

3) *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program tanggung jawab sosial perusahaan yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, dan pengembangan Pariwisata (*ekoturisme*).

Konsep piramida CSR yang dikembangkan *Archie B. Carrol* memberi *justifikasi* teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya. Dalam pandangannya, CSR adalah puncak piramida yang erat terkait, bahkan identik dengan tanggung jawab *filantropis*.

c. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Sebagai acuan dalam menerapkan CSR dapat merujuk pada prinsip-prinsip dasar CSR sebagaimana dinyatakan oleh seorang pakar CSR dari *University of Bath* Inggris yaitu *Alyson Warhurst*. Dimana pada tahun 1998 beliau menjelaskan bahwa terdapat 16 prinsip yang harus diperhatikan dalam penerapan CSR yaitu :⁴³

1) Prioritas Perusahaan

Perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama dalam pembangunan

⁴³Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Gresik: Fascho Publishing, 2007, h. 39.

berkelanjutan. Sehingga perusahaan dapat membuat kebijakan, program, dan praktik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan cara lebih bertanggung jawab secara sosial.

2) Manajemen Terpadu

Manajer sebagai pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan program dalam aktivitas bisnisnya, sebagai salah satu unsur dalam fungsi manajemen.

3) Proses Perbaikan

Setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus dilakukan evaluasi secara berkesinambungan didasarkan atas temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara global.

4) Pendidikan Karyawan

Karyawan sebagai *Stakeholders Primer* harus ditingkatkan kemampuan dan keahliannya, oleh karena itu perusahaan harus memotivasi mereka melalui program pendidikan dan pelatihan.

5) Pengkajian

Perusahaan sebelum melakukan sekecil apapun suatu kegiatan harus terlebih dahulu melakukan kajian mengenai dampak sosialnya. Kegiatan ini tidak saja dilakukan pada saat memulai suatu kegiatan, tapi juga pada saat sebelum mengakhiri atau menutup suatu kegiatan.

6) Produk dan Jasa

Suatu perusahaan harus senantiasa mengembangkan suatu produk dan jasa yang tidak berdampak negatif secara sosial.

7) Informasi Publik

Memberikan informasi dan bila perlu mengadakan pendidikan terhadap konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan dan pembuangan atas suatu produk/ jasa.

8) Fasilitas & Operasi

Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan dengan mempertimbangkan temuan yang berkaitan dengan dampak sosial dari suatu kegiatan perusahaan.

9) Penelitian

Melakukan dan/atau mendukung suatu riset atas dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan usaha. Penelitian itu sendiri dilakukan dalam upaya mengurangi dan/atau meniadakan dampak negatif kegiatan dimaksud.

10) Prinsip Pencegahan

Memodifikasi manufaktur, pemasaran dan/atau penggunaan atas produk barang dan jasa yang sejalan dengan hasil penelitian mutakhir. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.

11) Kontraktor dan Pemasok

Mendorong kontraktor dan pemasok untuk mengimplementasikan dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang telah maupun yang akan melakukannya. Bila perlu menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari suatu persyaratan dalam kegiatan usahanya.

12) Siaga dalam Menghadapi Darurat

Perusahaan harus menyusun dan merumuskan rencana dalam menghadapi keadaan darurat. Dan bila terjadi keadaan berbahaya perusahaan harus bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal.

13) *Transfer Best Practice*

Berkontribusi pada perkembangan dan transfer bisnis praktis sepanjang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor public.

14) Memberikan Sumbangan

Sumbangan yang dimaksud ini ditujukan untuk pengembangan usaha bersama, kebijakan publik, dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen serta lembaga pendidikan yang akan membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.

15) Keterbukaan (*disclosure*)

Menumbuh kembangkan budaya keterbukaan dan dialogis dalam lingkungan perusahaan dan dengan unsur publik. Selain itu perusahaan

harus mampu mengantisipasi dan memberikan respons terhadap resiko potensial yang mungkin muncul, dan dampak negatif dari operasi, produk, limbah, dan jasa.

16) Pencapaian dan Pelaporan

Melakukan evaluasi atas hasil kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta menyampaikan informasi tersebut kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, dan publik.

d. Manfaat *Coporate Social Resposibility*

Manfaat pelaksanaan CSR menurut *Kotler* dan *Lee* dalam buku *Republic Relation* karangan Firsan Nova ialah :⁴⁴

- 1) Memperkuat brand positioning. perusahaan atau brand yang melakukan aksi sosial sebagai bentuk kontribusinya pada masyarakat, dapat menciptakan “*spirit of the brand*” (jiwa pada satu merek). Aktivitas marketing yang mencakup hal yang berbaur sosial lebih berdampak positif terhadap *brand jugmenets* (penilaian terhadap suatu merek).
- 2) Meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Reputasi yang kuat di masyarakat bisa menjadi asset nyata yang bernilai khususnya pada masa krisis. Citra perusahaan yang positif juga dapat mempengaruhi para pembuat kebijaksanaan, dan memberikan pengaruh positif lainnya seperti, meningkatkan kepuasan dan loyalitas karyawan dan dapat

⁴⁴*Ibid.*, h. 6.

memberikan kontribusi positif bagi peningkatan kinerja financial perusahaan.

- 3) Meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan atau organisasi.
- 4) Menciptkan preferensi merek dan mendorong peningkatan penjualan.
- 5) Memberikan dampak terhadap perubahan sosial, dan penyelesaian masalah sosial dalam komunitas lokal.
- 6) Membangun hubungan yang tulus antara perusahaan dengan komunitas.
- 7) Meningkatkan kepuasan dan motivasi karyawan.

e. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan, diantaranya adalah :⁴⁵

- 1) Memberi kontribusi untuk kemajuan ekonomi, sosial, dan lingkungan berdasarkan pandangan untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan.
- 2) Menghormati hak-hak asasi manusia yang dipengaruhi oleh kegiatan yang dijalankan oleh perusahaan tersebut, sejalan dengan kewajiban dan komitmen pemerintah di Negara tempat perusahaan melakukan kegiatan produksi.
- 3) Mendorong pembangunan kapasitas lokal melalui kerjasama yang erat dengan komunitas-komunitas lokal, termasuk kepentingan bisnis. Selain mengembangkan kegiatan perusahaan di pasar dalam dan luar negeri sejalan dengan kebutuhan praktik perdagangan.

⁴⁵Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: dari voluntary menjadi mandatory*, Jakarta: Raja grafindo perkasa, 2002, h. 50.

- 4) Mendorong pembentukan *human capital*, khususnya melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan memfasilitasi pelatihan bagi karyawan perusahaan.
- 5) Mencegah diri perusahaan untuk tidak mencari atau menerima pembebasan diluar yang dibenarkan secara hukum yang terkait dengan lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja, pemburuhan perpajakan, intensif finansial dan isu-isu lainnya.
- 6) Mendorong dan mengimplementasikan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) serta menerapkan praktik-praktik tata kelola perusahaan yang sehat.
- 7) Mengembangkan dan mengimplementasikan praktik-praktik sistem manajemen yang mengatur diri perusahaan sendiri (*self-regulation*) secara efektif untuk menumbuhkan relasi saling percaya diantara perusahaan dan masyarakat setempat dimana perusahaan beroperasi.
- 8) Memperluas mitra bisnis, termasuk para pemasok dan subkontraktor untuk mengimplementasikan aturan perusahaan yang sejalan dengan pedoman tersebut.
- 9) Mendorong kesadaran pekerja perusahaan yang sejalan dengan kebijakan perusahaan tersebut melalui penyebarluasan informasi tentang kebijakan-kebijakan itu pada pekerja termasuk melakukan program-program pelatihan pada pekerja.

C. Kerangka Berpikir

Pada dasarnya perusahaan melakukan aktivitas dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang tidak lain adalah mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Aktivitas yang dilakukan perusahaan akan menghasilkan dampak yang tidak hanya dirasakan oleh perusahaan, tetapi juga pihak lain yang memiliki kepentingan langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan (*stakeholder*). Stakeholder dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *inside stakeholder* dan *outside stakeholder*. Inside stakeholders terdiri dari pemegang saham (*stockholder*), para manager (*managers*) dan karyawan (*employees*). *Outside stakeholders* terdiri dari pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).

Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat sehingga tidak akan lepas dari lingkungan dan masyarakat. Pelaksanaan *corporate social responsibility* diungkapkan kepada masyarakat luas dan disosialisasikan dalam berbagai cara melalui laporan tahunan (*annual report*), laporan khusus dalam website perusahaan, media cetak, media elektronik dan sebagainya. Perusahaan akan mendapatkan banyak manfaat dengan menerapkan *corporate social responsibility*.

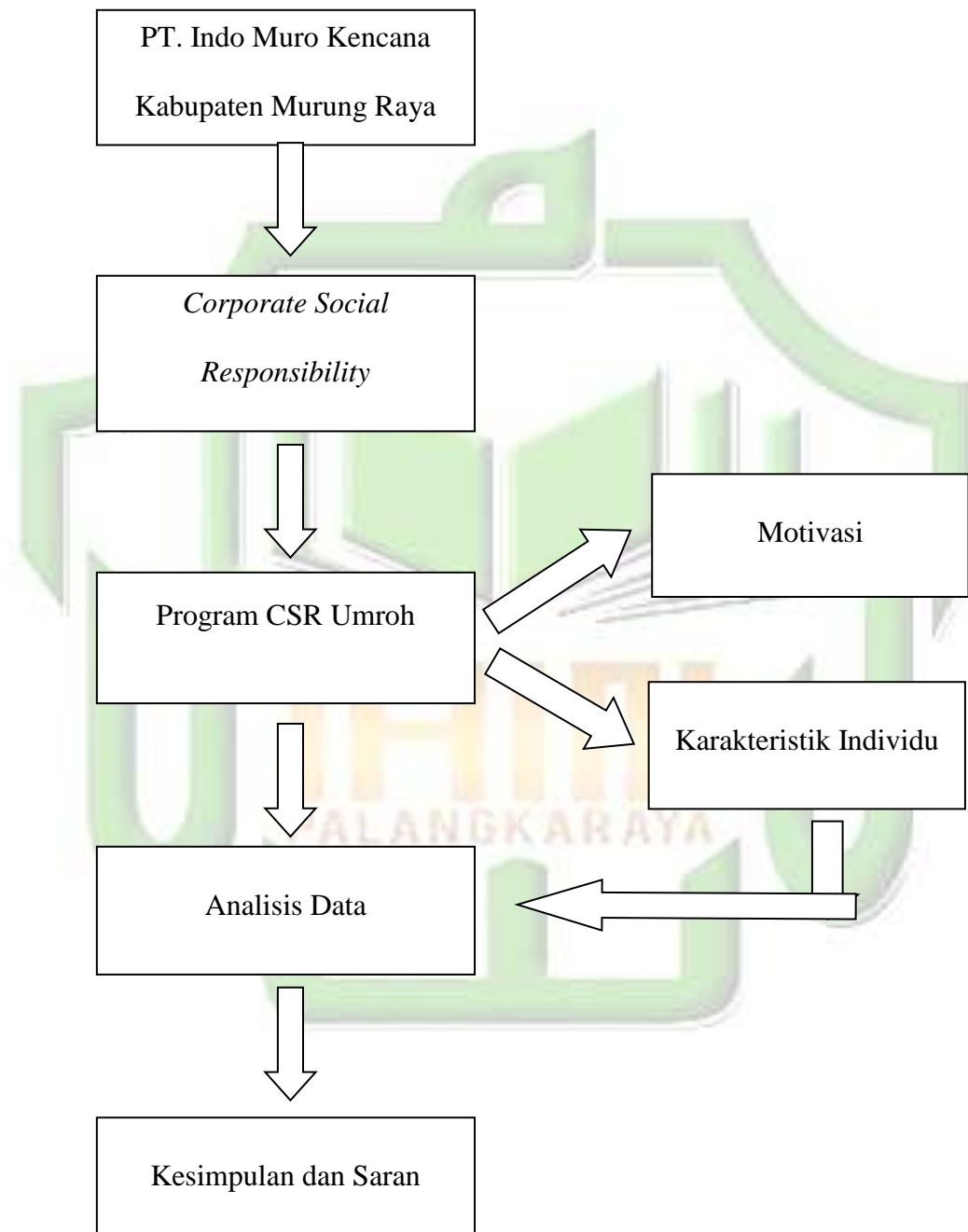
Penerapan *corporate social responsibility* pada akhirnya akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosialnya, secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta menciptakan citra (*image*) yang baik dihadapan

konsumen pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Kepercayaan masyarakat dan citra yang baik dapat menjadi suatu investasi bagi perusahaan karena pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa sehingga profit yang diperoleh juga akan meningkat.

Kerangka pemikiran dirumuskan berdasarkan harapan bahwa penerapan Program CSR dalam bentuk umroh di bidang keagamaan dapat berjalan dengan lancar dan semakin meningkat setiap tahunnya sehingga dapat meningkatkan kereligiusan para *stakeholder*, memberikan manfaat dan menyejahterakan semua *stakeholder* yang terkait dengan perusahaan. Perlunya kajian pada program CSR dalam bentuk umroh di PT. Indo Muro Kencana ini dilatarbelakangi oleh adanya potensi dari pelaksanaan CSR yang memungkinkan menjadi salah satu sumber daya yang dapat ditingkatkan dalam bidang keagamaan. Selain itu, pelaksanaan program CSR dalam bentuk umroh pada PT. Indo Muro Kencana belum dikaji secara khusus, sehingga patut diteliti dan berpeluang untuk dikembangkan. Untuk selebihnya, maka peneliti akan menggambarkan dalam sebuah bentuk bagan pemikiran berikut ini :

Bagan Kerangka Berpikir

Bagan : Implementasi CSR Umroh Pada PT. Indo Muro Kencana
Kabupaten Murung Raya



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Indo Muro Kencana (PT. IMK). Program CSR yang diteliti adalah program CSR PT. IMK di bidang keagamaan dalam meningkatkan kereligiusan yang dilaksanakan terhadap stakeholder yang terkait. Pemilihan lokasi dalam penelitian ini diambil secara sengaja (*purposive*). Alasan memilih PT. IMK tersebut karena perusahaan tersebut dikenal baik oleh masyarakat melalui produk yang dihasilkan dan mempunyai program yang sangat menarik untuk diteliti, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pertambangan emas yang merupakan salah satu perusahaan terbesar di Kalimantan Tengah.

Kemudian dengan adanya komitmen dari CSR PT. Indo Muro Kencana untuk menjunjung upaya perlindungan terhadap lingkungan dan memberikan perhatian khusus terhadap kesejahteraan sosial masyarakat, perusahaan ini telah mengaplikasikan program-program yang sesuai dengan konsep dasar CSR. Sehingga suatu hal yang menarik untuk diketahui bagaimana pelaksanaan program CSR-nya di bidang keagamaan.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini dilakukan adalah selama dua bulan setelah proposal ini diseminarkan serta mendapat surat izin dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Namun, jika dalam waktu dua bulan tersebut penulis belum dapat menyelesaikan, maka

peneliti akan menambah waktu penelitian sesuai dengan permasalahan yang akan di teliti hingga data dapat mencukupi untuk di analisis.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian penulis adalah *field research* (penelitian lapangan). Kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah⁴⁶. Peneliti akan mengeksplorasi dari Penerima Program dan Departemen CSR PT. Indo Muro Kencana tentang Implementasi CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung raya.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Arikunto, bahwa metode studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu organisme (individu), lembaga atau gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit⁴⁷. Yin mengemukakan penelitian studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena kontemporer yang terdapat dalam konteks kehidupan nyata yang dilaksanakan ketika batasan-batasan antara fenomena dan konteksnya belum jelas, dengan menggunakan berbagai sumber data⁴⁸. Selain itu, menurut Bogdan & Biklen studi kasus merupakan pengujian secara rinci terhadap

⁴⁶Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2010, h.1.

⁴⁷Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif; teori dan praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, h. 115.

⁴⁸*Ibid.*, h. 116.

satu latar atau satu orang subjek atau satu tempat penyimpanan dokumen atau suatu peristiwa tertentu.⁴⁹

Jadi penelitian studi kasus yang dimaksudkan disini supaya dapat meneliti fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai sumber data yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan studi kasus untuk dapat mendeskripsikan dan menganalisis apa yang terjadi dilapangan dengan lebih jelas secara detail sehingga dapat dikumpulkan data akurat mengenai Implementasi CSR Umroh Pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menurut Dr. Ibrahim, penggunaan teknik *Purposive sampling* dalam 3 (tiga) situasi, yaitu:

- a. Penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* guna memilih responden yang akan memberi informasi penting.
- b. Peneliti menggunakan teknik ini untuk memilih responden yang sulit dicapai, untuk itu peneliti cenderung subjektif (memilih berdasarkan kriteria sesuai keinginan peneliti).

Tatkala penelitian ingin mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakannya wawancara mendalam.⁵⁰

⁴⁹*Ibid.*, h. 117.

Berdasarkan hal diatas peneliti mengambil subjek penelitian yang peneliti ambil dalam penelitian ini yaitu subjek yang berasal dari CSR PT. Indo Muro Kencana maupun penerima program dari CSR. Untuk dapat memberikan data primer penelitian ini. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti dari hasil wawancara yang biasa dilakukan oleh penulis.⁵¹

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan ruang lingkup atau hal-hal yang menjadi pokok persoalan dalam suatu penelitian⁵². Objek penelitian pada penelitian ini adalah mengenai Implementasi CSR Umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang dilakukan secara triangulasi atau gabungan, analisis data yang bersifat induktif.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Ada dua macam jenis data pada umumnya yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Dalam penelitian ini yang menjadi jenis data adalah data kualitatif dalam melakukan analisis Implementasi CSR Umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Data kualitatif adalah jenis data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka.⁵³

⁵⁰Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015, h.72.

⁵¹Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 42.

⁵²Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, ed. Revisi., Jakarta, Rineka Cipta, 2002, cet 12, h. 26.

⁵³Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Rakesarasin, 1996, h. 2.

2. Sumber Data

a. Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber data utama, yang berwujud tindakan-tindakan sosial dan kata-kata, seperti hasil wawancara.⁵⁴

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah penerima program CSR dalam bentuk umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

b. Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat.⁵⁵

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah perusahaan, literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 3. Adapun uraiannya sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam

⁵⁴RiantoAdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta; Granit, 2004, h.70.

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 137.

mendukung penelitian yang sedang dilakukan⁵⁶. Observasi atau pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh panca indra. Jadi observasi dapat dilakukan dengan penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap, apa yang dikatakan ini sebenarnya adalah pengamatan langsung. dalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar dan rekaman suara.⁵⁷

Melalui tahap observasi ini peneliti ingin menggali data tentang Implementasi CSR Umroh Pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Adapun hal-hal yang ingin digali dengan teknik observasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.
- b. Untuk mengetahui karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.
- c. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Wawancara ini dapat digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.⁵⁸

⁵⁶Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Alfabeta, 2008, h. 224.

⁵⁷*Ibid*, Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek...*, h. 133.

⁵⁸Husen Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, h. 89.

Wawancara juga merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interview*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.⁵⁹

Melalui teknik wawancara ini, secara umum penulis menggali data tentang Bagaimana Implementasi CSR Umroh Pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.. Adapun hal-hal yang ingin digali dengan teknik wawancara dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.
- b. Untuk mengetahui karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.
- c. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan alat bukti terhadap sesuatu, termasuk catatan-catatan, foto, rekaman video, atau apapun yang dihasilkan oleh seorang penulis.⁶⁰

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa setiap bahan tertulis, gambar, dan catatan yang dapat memberikan informasi. Melalui teknik ini penulis berupaya untuk mencari data dari hasil

⁵⁹*Ibid*, Lexy j. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif..., h. 135.

⁶⁰Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, h. 52.

sumber tertulis, melalui dokumen atau apa saja yang memiliki relevansi dengan keperluan penelitian sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh di lapangan.

4. Pengabsahan Data

Pengabsahan data adalah untuk menjamin bahwa antara yang diamati dan diteliti telah sesuai dan benar-benar ada serta peristiwa tersebut memang benar-benar terjadi dan dapat dipercaya. Dalam memperoleh keabsahan data tersebut penulis menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi menurut Moleong adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun triangulasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan data dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang disebut metode kualitatif.

Menurut Patton yang dikutip Moleong tentang hal di atas dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi apa yang dikatakan secara pribadi;
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang

berpendidikan menengah atau tinggi, orang yang berada dan orang pemerintahan;

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁶¹

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data⁶². Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat berlangsungnya pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.⁶³

Analisis data diperlukan ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan seperti yang diungkapkan Miles dan Hubberman bahwa teknik analisis data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan dalam beberapa tahap sebagai berikut :

1. *Collection data*, atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Reduction data* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.

⁶¹Lexi J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif.*, h. 330-331.

⁶²*Ibid*, Sugiyono, *Metode Penelitian...*, h. 103.

⁶³*Ibid*, h. 430.

3. *Display data* atau penyajian data ialah data yang dari kenchah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.
4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan *display data* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.⁶⁴



⁶⁴Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, h. 69.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Profil Singkat PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya

PT. Indo Muro Kencana merupakan salah satu perusahaan pertambangan emas yang ada di Indonesia dan juga salah satu pertambangan emas terbesar di Kalimantan Tengah yang wilayah operasinya mencakup 3 Kecamatan, yaitu Kecamatan Tanah Siang Selatan, Kecamatan Murung dan Kecamatan Permata Intan. Perusahaan tambang emas dan perak ini mulai produksi pada tahun 1994. Lokasi tambang ini berada di kecamatan Permata Intan, Murung dan Tanah Siang kabupaten Murung Raya Provinsi Kalimantan Tengah. Luas wilayah Kontrak Karya PT. Indo Muro Kencana adalah 47.965 Ha, berada di sekitar pemukiman masyarakat Dayak Siang, Murung dan Bakumpai, termasuk beberapa aliran sungai dan anak sungai.⁶⁵

Perusahaan ini, memulai tahap konstruksi pada pertengahan 1993 dan produksi perdana November 1994 sebanyak 137.986 ons emas dan 3.429.000 ons perak sepanjang 1995. Sejak tahun 1993, sekitar 90% saham PT. IMK dimiliki Aurora Gold, perusahaan dari Australia. Sebelumnya, saham dimiliki PT. Gunung Muro Perkasa, Duval Corporation of Indonesia (Amerika), Pelsart Muro Pty, Ltd (Australia), dan Jason Mining (Australia). Lalu, PT. IMK dijual kepada perusahaan Australia, Archipelago Resources.

⁶⁵Observasi di PT. Indo Muro Kencana pada tanggal 18 Mei 2019.

PT. IMK memperoleh kontrak karya (KK) oleh presiden Soeharto nomor : B-07/Pres/1/1985 tanggal 21 Januari 1985. Implikasi dari KK ini adalah pemberian izin dari pemerintah Indonesia pada PT. IMK untuk eksploitasi penambangan emas di Kecamatan Permata Intan, Murung dan Tanah Siang, Kabupaten Murung Raya.

PT. IMK dengan kepemilikan saham saat ini Muro Offshore Pty. Ltd 99% dan Indo Muro Pty. Ltd 1%. Jadi, 100% dikuasai Straits Resources Limited. Straits Resources Limited, telah menerima saham dari Government Pension Fund Global Norwegia. Ini tertuang dalam Annual Report Norges Bank Investment Management (NBIM).⁶⁶

2. Profil Singkat Program Umroh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya

Pelaksanaan program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dengan melihat dan mendengar aspirasi-aspirasi dari masyarakat, bagaimana kondisi peran keagamaan di lingkungan masyarakat, PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya melalui Departemen CSR-nya membuat program umroh untuk para *stakeholder* (masyarakat).

Program umroh yang dilaksanakan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya merupakan salah satu bentuk penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam bidang keagamaan yang dibalut

⁶⁶<https://www.mongabay.co.id/2013/03/23/indo-muro-kencana-dari-nambang-di-cagar-budaya-sampai-pencemaran-sungai-di-kalteng/>.

dengan program dalam bentuk umroh gratis untuk para *stakeholder*-nya (masyarakat).

Tanggung jawab sosial yang diterapkan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya berdasarkan uraian diatas sudah sesuai dengan penerapan yang sudah dilaksanakan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dengan salah satunya membuat program umroh gratis untuk masyarakat yang termasuk dalam prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu *People*.

Ada 3 prinsip yang mendasari prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai berikut:

- *Profit*. Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan terhadap manusia, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan, ibadah, kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program tanggung jawab sosial perusahaan yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan

lingkungan hidup, penyediaan sarana air bersih, perbaikan pemukiman, dan pengembangan Pariwisata (*ekoturisme*).⁶⁷

Program umroh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dibuat sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dibidang keagamaan dalam meningkatkan peran keagamaan dilingkungan masyarakat yang diharapkan dapat membantu secara kerelegiusan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

B. Penyajian Data

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini tentang Implementasi program CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana (IMK) di Kabupaten Murung Raya, dalam melakukan wawancara peneliti menanyakan berdasarkan format pedoman wawancara yang tersedia (terlampir), selanjutnya oleh pihak yang diwawancarai bahasa yang mereka gunakan adalah bahasa indonesia dan bahasa dayak *bakumpai*. Untuk penyajian hasil penelitian, peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan bahasa indonesia sepenuhnya, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh responden.

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan menejer CSR PT. Indo Muro Kencana dan tokoh agama/masyarakat, dalam penelitian ini peneliti mengambil 1 responden yang merupakan menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana serta 3 informan yang juga merupakan penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana. Adapun peneliti mengambil 4

⁶⁷Edi Suharto, *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan*, Bandung: Refika Aditama, 2007, h. 104-105.

responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yakni peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.

Mengenai latar belakang dan motivasi dalam membuat program umroh untuk masyarakat berdasarkan rumusan masalah pertama, Bapak SI selaku menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan:

“Pada dasarnya untuk menjalankan instruksi dan kehendak dari manajemen. Tetapi sebagai latar belakang program ini adalah untuk memaksimalkan peran tokoh agama, karena peran tokoh agama dianggap sangat penting dalam membina masyarakat sehingga diperlukan mendapat penguatan yang memadai, tidak semua tokoh agama mempunyai sumber daya untuk membiayai dirinya dalam menjalankan ibadah umroh”⁶⁸

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak SI selaku menejer dari CSR PT. IMK Kabupaten Murung Raya mengenai Apakah ada motif-motif tertentu dalam pembuatan program umroh, Bapak SI mengatakan:

“Tidak ada motif-motif tertentu, adapun yang menjadi motivasi utama bagi PT. IMK adalah masyarakat mendapatkan bimbingan secara religius terkait dengan kehidupan, baik itu peran keluarga dan hubungan antar manusia”⁶⁹

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak SI selaku menejer dari CSR PT. IMK Kabupaten Murung Raya mengenai Apakah ada faktor-faktor tertentu dalam pembuatan program umroh, Bapak SI mengatakan:

“Ada kekhawatiran dari pihak perusahaan karena ada ketegangan antara pihak masyarakat dan perusahaan. oleh karena itu, komunikasi dengan sebagian masyarakat sedikit terhalang karena pemahaman baik dan buruk yang masih rancu, sehingga dipertimbangkan akan baik kalau peran tokoh agama lebih di maksimalkan sehingga akan diterima oleh masyarakat”⁷⁰

⁶⁸Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

⁶⁹*Ibid.*

⁷⁰*Ibid.*

Berdasarkan pemaparan Bapak SI diatas, memaksimalkan peran tokoh agama dianggap sangat penting dalam membina masyarakat, karena sebelumnya ada sedikit ketegangan antara masyarakat dan perusahaan sehingga diharapkan dengan adanya program umroh dari CSR dapat memaksimalkan peran tokoh agama sehingga mendapatkan bimbingan secara religius dalam menjalankan kehidupan yang baik antar sesama manusia sehingga dapat membina masyarakatnya supaya terjalin hubungan dan pemahaman yang baik antara sesama baik itu perusahaan dan masyarakat.

Mengenai karakteristik individu atau kriteria-kriteria dalam memilih penerima program umroh untuk masyarakat berdasarkan rumusan masalah kedua, Bapak SI selaku menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan:

“Tidak ada karakteristik individu atau kriteria-kriteria tertentu dalam memilih penerima program, tetapi yang lebih diprioritaskan terlebih dahulu adalah pemuka agama yang aktif namun belum berdaya untuk melaksanakan ibadah umroh dengan seleksi yang dilakukan oleh karyawan dari Departemen CSR sendiri”⁷¹

Kemudian peneliti melanjutkan bertanya apakah bisa masyarakat biasa selain daripada tokoh agama menjadi calon penerima program, Bapak SI mengatakan:

“Tidak tahu kedepannya dilihat dulu bagaimana dan seperti apa nantinya, tetapi tidak menutup kemungkinan masyarakat biasa dapat menjadi calon penerima program bahkan maunya kita ada perempuan sebagai penerima programnya yang berangkat kemarin ya kita lihat saja nanti bagaimana kedepannya, yang jelas dari CSR tidak mau terjebak dalam penyeleksian karena kalau dari segi masyarakat

⁷¹Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

semuanya pasti mau untuk menjadi calon penerima program dan semuanya pasti menganggap tidak mampu secara finansial”⁷²

Kemudian peneliti kembali bertanya kepada Bapak SI selaku menejer dari CSR PT. IMK Kabupaten Murung Raya mengenai Cara menentukan karakteristik individu atau kriteria-kriteria dalam memilih penerima program umroh untuk masyarakat, Bapak SI mengatakan:

“Cara utama adalah dengan melakukan seleksi terhadap masyarakat dan berkomunikasi langsung dengan tokoh agama (penghulu) untuk memberikan usulan atau rekomendasi kepada pihak perusahaan siapa saja dari masyarakat yang layak dijadikan sebagai calon penerima program dari CSR”⁷³

Berdasarkan pemaparan Bapak SI diatas, dalam melaksanakan program umroh ini tidak ada kriteria atau karakteristik individu tertentu dalam melakukan pemilihan calon penerima program umroh untuk masyarakat, walaupun adanya penyeleksian terhadap masyarakat dan sempat berkonsultasi dengan tokoh agama (penghulu) setempat bagaimana usulan dan rekomendasi dari beliau, tetapi yang lebih diprioritaskan perusahaan adalah tokoh agama yang aktif walaupun tidak menutup kemungkinan masyarakat biasa bisa saja terpilih sebagai calon penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

Mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan program umroh untuk masyarakat berdasarkan rumusan masalah ketiga, Bapak SI selaku menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan:

⁷²*Ibid.*

⁷³Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

“Faktor pendukung dalam melaksanakan program umroh ini adalah dukungan dari manajemen dengan memberikan perhatian lebih terhadap masyarakat salah satunya dengan mengadakan program umroh ini. Kalau untuk faktor penghambat mungkin tidak ada, tapi lebih tepatnya bisa dikatakan dengan tantangan untuk kami untuk memelihara karena banyaknya peminat dari masyarakat yang tentu juga ingin menjadi calon penerima program karena dari itu tantangan bagi kami untuk memelihara dan mengatur hal tersebut”⁷⁴

Kemudian peneliti melanjutkan bertanya apakah program umroh dari CSR PT. IMK akan diselenggarakan berkelanjutan setiap tahunnya, Bapak SI mengatakan:

“Belum tahu untuk kedepannya seperti apa, apakah setiap tahun akan diselenggarakan atau bagaimana kita hanya bisa berharap mudah-mudahan akan diselenggarakan setiap tahunnya karena itu tergantung dari anggaran dan kehendak manajemen apakah akan ada setiap tahunnya atau bagaimana kita tidak tahu”⁷⁵

Kemudian peneliti melanjutkan bertanya apakah ada kerjasama dari CSR PT. IMK dengan badan usaha lain dalam menjalankan program umroh untuk masyarakat, Bapak SI mengatakan:

“Tidak ada, kecuali Agen penyelenggara umroh itu sendiri”⁷⁶

Kemudian peneliti melanjutkan bertanya misalkan ada masyarakat yang sudah pernah umroh tetapi terpilih sebagai penerima program dari CSR PT. IMK apakah itu tetap terpilih sebagai penerima program atau dialihkan kekeluarganya atau bagaimana, Bapak SI mengatakan:

“Namanya juga kita memperluas peran yang sudah pernah umroh tidak masuk dalam kriteria sebagai calon penerima program, jadi yang belum pernah umroh atau tidak mampu secara finansial itu yang lebih kita prioritaskan. Tetapi bukannya tidak mungkin kalau anggarannya cukup bisa saja kita tidak tahu belum bisa dipastikan semuanya”⁷⁷

⁷⁴*Ibid.*

⁷⁵Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

⁷⁶*Ibid.*

⁷⁷*Ibid.*

Kemudian peneliti melanjutkan bertanya apakah selama ini program umroh CSR PT. IMK telah berjalan dengan baik, Bapak SI mengatakan:

“Karena ini pengalaman pertama kali untuk sementara ini bisa dikatakan baik dan lancar, tidak ada kendala yang berarti dan juga mendapatkan apresiasi yang sangat positif dan memadai dari masyarakat”⁷⁸

Berdasarkan pemaparan dari Bapak SI diatas, dalam melaksanakan program umroh, CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mendapat dukungan penuh dari manajemen sehingga itu menjadikan faktor pendukung bagi departemen CSR PT. IMK untuk mensukseskan program umroh tersebut sehingga CSR termotivasi dan bersemangat dalam melaksanakan program yang mereka kerjakan salah satunya adalah program umroh tersebut.

Prakteknya tidak ada faktor penghambat dalam melaksanakan program umroh tersebut tetapi bisa dikatakan lebih tepatnya sebagai tantangan, tantangan bagi CSR untuk memelihara masyarakat karena banyaknya peminat dari masyarakat yang ingin menjadi sebagai penerima program dari CSR. Oleh karena itu, tantangan bagi CSR PT. IMK untuk mengatur hal tersebut supaya dapat dipilih dan diseleksi dengan baik calon penerima program yang benar layak untuk mendapatkannya sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Keberlanjutan program dari CSR PT. IMK ini masih tidak diketahui apakah akan berjalan setiap tahunnya atau sebaliknya, karena tergantung dari beberapa faktor salah satunya adalah anggaran dan manajemen.

⁷⁸*Ibid.*

Pelaksanaan program umroh CSR PT. IMK tidak ada kerjasama dengan pihak lain selain pada agensi umroh yang memang benar menguasai hal tersebut serta memfasilitasi para jama'ahnya.

Tujuan ingin memperluas peran maka untuk penerima program yang sudah pernah umroh sebelumnya tidak masuk dalam kriteria sebagai calon penerima program karena pihak CSR lebih memprioritaskan calon penerima program yang sudah masuk kriterianya dan sudah diseleksi sebelumnya.

Pengalaman untuk pertama kalinya dalam menjalankan program umroh untuk masyarakat, Departemen CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya menjalankannya dengan baik dan lancar tanpa ada kendala berarti yang menghambat jalannya program dan disambut sangat positif dari masyarakat dengan perusahaan mempunyai itikad baik dalam bidang keagamaan dalam hal meningkatkan serta memaksimalkan peran kereligiusan individu seseorang.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak HA selaku penerima program dan tokoh agama (penghulu) dari Desa Mangkahui mengenai program umroh yang dilaksanakan oleh manajemen CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya untuk mengkonfirmasi jawaban dari manajer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Pada dasarnya wawancara ini menggunakan bahasa Dayak *Bakumpai* yang sudah peneliti terjemahkan kedalam Bahasa Indonesia, Bapak HA mengatakan:

“Ya sangat bagus program umroh dari CSR ini, pada awalnya saya juga sangat terkejut tiba-tiba dipanggil oleh pihak CSR untuk ke kantor mereka, setelah itu diberitahukanlah kepada saya bahwa saya terpilih sebagai penerima program dari CSR PT. IMK Kabupaten Murung

Raya, lalu mereka meminta data saya seperti KTP untuk supaya diurus paspor dan segala sesuatu yang dibutuhkan sebagai persiapan untuk berangkat ke tanah suci Mekkah, sekaligus mereka meminta rekomendasi dari saya untuk mengusulkan nama-nama masyarakat yang aktif dalam hal bidang keagamaan. Ya kita hanya bisa bersyukur yang awalnya kita tidak mampu untuk berangkat umroh ternyata bisa pergi kesana alhamdulillah, program ini sangat membantu masyarakat dan kami menyambut baik program dari CSR ini. Kalau untuk latar belakang, motif dan faktor kenapa mereka membuat program ini kita kurang tahu ya karena yang lebih tahukan mereka, mungkin memang benar sesuai dengan jawaban dari menejer CSR yang diutarakannya bahwa program ini memang diadakan untuk memaksimalkan peran tokoh agama dalam meningkatkan kereligiusan supaya tokoh agama di masyarakat bisa membimbing masyarakatnya dengan baik karena memang betul sebelumnya antara tahun 2017 2018 itu terjadi sedikit bentrokan antara masyarakat dan perusahaan. Jadi, dengan adanya program ini saya harap kita semua bisa menjadi lebih baik lagi terkait kehidupan berdampingan dalam hubungan antar sesama manusia”⁷⁹

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak B selaku penerima program dan tokoh agama/masyarakat dari Desa Mangkahui mengenai program umroh yang dilaksanakan oleh manajemen CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya untuk mengkonfirmasi jawaban dari menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Pada dasarnya wawancara ini menggunakan bahasa Dayak *Bakumpai* yang sudah peneliti terjemahkan kedalam Bahasa Indonesia, Bapak B mengatakan:

“Iya bagus sekali program dari mereka dan itu sangat membantu masyarakat yang tidak mampu, tentu saja saya terkejut karena terpilih sebagai penerima program umroh ini dari mereka. Sebelumnya mereka ada juga memanggil saya dengan bapak penghulu untuk bertemu dikantor CSR untuk memberitahukan tentang program ini sekaligus menjelaskan sebelum mereka memilih kami sebagai penerima program bahwa sebelumnya mereka sudah ada melakukan penyeleksian terhadap calon penerima program yang lainnya termasuk saya. Tidak tahu ya kalau untuk dasar mereka membuat program ini dan apakah ada motif tertentu atau tidak mereka mungkin lebih tahu itu, Ya jadi

⁷⁹Hasil wawancara dengan Bapak HA pada tanggal 18 September 2019.

aku sangat bersyukur sekali dengan adanya program ini saya bisa berangkat umroh ke tanah suci Mekkah”⁸⁰

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak NAS selaku penerima program dan tokoh agama dari Desa Mangkahui mengenai program umroh yang dilaksanakan oleh manajemen CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya untuk mengkonfirmasi jawaban dari manajer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Pada dasarnya wawancara ini menggunakan bahasa Dayak *Bakumpai* yang sudah peneliti terjemahkan kedalam Bahasa Indonesia, Bapak NAS mengatakan:

“Iya bagus bagus program dari mereka, saya-pun tidak menyangka sama sekali saya terpilih sebagai penerima program. Pada awalnya saya ada diberitahu oleh bapak B bahwa saya terpilih sebagai penerima program tetapi saya tidak percaya saya kira dia hanya bercanda dan saya tidak mau memusingkan hal itu setelah pada akhirnya bapak penghulu yang memberitahukan kepada saya bahwa saya benar terpilih sebagai penerima program barulah saya percaya dan saya sangat bersyukur sekali dengan adanya program ini saya bisa berangkat umroh gratis dengan semua biaya yang sudah ditanggung oleh perusahaan, saya tidak menyangka sama sekali dengan melihat pekerjaan saya sehari-hari tidak mungkin rasanya untuk bisa berangkat umroh ke tanah suci Mekkah, tetapi Alhamdulillahn diberikan jalan oleh Allah SWT untuk bisa berangkat kesana. Iya mungkin benar saja kalau jawaban dari manajer CSR seperti itu kenapa mereka mengadakan program umroh dengan maksud untuk memaksimalkan peran tokoh agama kitakan kurang tahu ya mereka yang lebih tahu tentang hal itu”⁸¹

Berdasarkan pemaparan para penerima program diatas, mereka menyambut positif program umroh yang dilaksanakan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dan itu sangat membantu masyarakat yang kurang mampu secara finansial, tanpa ada informasi sebelumnya bahwa CSR mengadakan program umroh ini, maka ketika mereka terpilih sebagai

⁸⁰Hasil wawancara dengan Bapak B pada tanggal 18 September 2019.

⁸¹Hasil wawancara dengan Bapak NAS pada tanggal 18 September 2019.

penerima program para penerima program ini sangat menyambut baik program yang diadakan oleh CSR PT. IMK. Mengkonfirmasi jawaban dari menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Tanpa mengetahui apakah ada maksud dan tujuan dari perusahaan melalui departemen CSR-nya kenapa mereka membuat program umroh untuk masyarakat, para penerima program semua setuju dan meyambut baik program yang dilaksanakan oleh CSR dan tentunya masyarakat berharap program tersebut akan dapat terus berlanjut setiap tahunnya selama itu baik untuk kebaikan bersama.

C. Analisis Hasil Penelitian

Implementasi CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya akan penulis uraikan dalam sub bab ini. Adapun pembahasan dalam sub bab ini terbagi menjadi tiga kajian utama sesuai dengan rumusan masalah yaitu: *Pertama*, motivasi program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. *Kedua*, karakteristik Individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. *Ketiga*, faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

1. Motivasi Program Umroh Pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya

Setiap perusahaan akan melakukan berbagai kegiatan terencana tujuan yang telah mereka tentukan. Kegiatan yang direncanakan oleh perusahaan umumnya akan melibatkan berbagai macam pihak, baik dari dalam perusahaan itu sendiri, maupun dari pihak luar, seperti pemerintah,

pihak asing, masyarakat, dan sebagainya. Kegiatan inilah yang dapat membantu mempercepat pembangunan di Indonesia. Selain itu, jalinan kerjasama dirajut untuk mencapai kepentingan perusahaan, agar perusahaan dapat menjaga eksistensinya dan menjadi *good bussiness*. Keseimbangan dapat dijaga dengan menerapkan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dalam menjalankan usahanya.⁸²

PT. Indo Muro Kencana adalah salah satu perusahaan pertambangan emas yang beroperasi di Kabupaten Murung Raya Kalimantan Tengah yang diharapkan sebagai motivator untuk mendorong perekonomian masyarakat, bukan hanya dalam perekonomiannya saja tetapi juga dalam bidang keagamaan. Oleh karena itu, dalam rangka mewujudkan tercapainya tanggung jawab sosial dalam bidang keagamaan CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya membuat program dalam bentuk umroh untuk para *stakeholder* (masyarakat). Dengan demikian, sesuai dengan rumusan masalah pertama maka penulis akan memaparkan tentang motivasi CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya membuat program dalam bentuk umroh untuk masyarakat.

Motivasi merupakan suatu dorongan yang membuat orang bertindak atau berperilaku dengan cara-cara motivasi yang mengacu pada sebab munculnya sebuah perilaku, seperti faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Motivasi dapat diartikan sebagai kehendak untuk mencapai status, kekuasaan dan

⁸²Muhammad Reza Maulana, Peranan *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Rekayasa Industri Dalam Upaya Pengembangan Masyarakat. Skripsi, Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor, 2009, h. 47.

pengakuan yang lebih tinggi bagi setiap individu. Motivasi justru dapat dilihat sebagai basis untuk mencapai sukses pada berbagai segi kehidupan melalui peningkatan kemampuan dan kemauan.⁸³

Selain itu motivasi juga dapat diartikan sebagai keadaan yang memberikan energi, mendorong kegiatan atau *moves*, mengarah dan menyalurkan perilaku kearah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan pada sub bab penyajian data maka penulis akan memaparkan tahap analisis implementasi CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam hal motivasi CSR membuat program umroh untuk masyarakat sebagai berikut, motivasi dalam membuat program umroh ini pada dasarnya untuk menjalankan instruksi dan kehendak dari manajemen seperti yang dikatakan oleh manajer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, untuk memaksimalkan peran tokoh agama dalam meningkatkan kereligiusan individu masyarakat guna dapat membina masyarakatnya terkait kehidupan antar manusia.

Seperti kata SI selaku manajer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan motivasinya *Pada dasarnya untuk menjalankan instruksi dan kehendak dari manajemen. Tetapi sebagai latar belakang program ini adalah untuk memaksimalkan peran tokoh agama, karena peran tokoh agama dianggap sangat penting dalam membina*

⁸³George Terry, *Prinsip – Prinsip Manajemen*, Jakarta : Bumi Aksara, 1996, h. 131.

⁸⁴Bejo Siswanto, *Manajemen Tenaga kerja*, Bandung : Sinar Baru, Cetakan Baru, 1989, h. 243.

*masyarakat sehingga diperlukan mendapat penguatan yang memadai. Motivasi utama bagi PT. IMK adalah masyarakat mendapatkan bimbingan secara religius terkait dengan kehidupan, baik itu peran keluarga dan hubungan antar manusia. Karena sebelumnya ada ketegangan antara pihak masyarakat dan perusahaan. oleh karena itu, komunikasi dengan sebagian masyarakat sedikit terhalang karena pemahaman baik dan buruk yang masih rancu, sehingga dipertimbangkan akan baik kalau peran tokoh agama lebih di maksimalkan sehingga akan diterima oleh masyarakat.*⁸⁵

Jawaban dari Bapak SI tersebut juga dikonfirmasi oleh Bapak HA, B, dan NAS selaku penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang mendukung jawaban dari Bapak SI tentang motivasi membuat program dalam bentuk umroh untuk masyarakat.

Berdasarkan apa yang telah dikatakan Bapak SI, apabila dikaji dengan teori motivasi, motivasinya adalah termasuk dalam teori *Herzberg* (teori dua faktor) dan termasuk dalam jenis motivasi *intrinsik* dan *ekstrinsik*.

Teori *Herzberg* (teori dua faktor) mengatakan, Model dua faktor dari motivasi, yaitu faktor *motivasional* dan faktor *hygiene* atau pemeliharaan. Menurut teori ini yang dimaksud faktor *motivational* adalah hal-hal yang mendorong seseorang untuk berprestasi yang sifatnya *intrinsik*, yang berarti bersumber dalam diri seseorang, sedangkan yang

⁸⁵Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

dimaksud dengan faktor *hygiene* atau pemeliharaan adalah faktor-faktor yang sifatnya *ekstrinsik* yang berarti bersumber dari luar diri yang turut menentukan perilaku seseorang dalam kehidupan seseorang.

Faktor *motivasional* antara lain ialah pekerjaan seseorang, keberhasilan yang diraih, kesempatan bertumbuh, kemajuan dalam karier dan pengakuan orang lain. Sedangkan faktor-faktor *hygiene* atau pemeliharaan mencakup antara lain status seseorang dalam organisasi, hubungan seorang individu dengan atasannya, hubungan seseorang dengan rekan-rekan sekerjanya, kebijakan organisasi, kondisi kerja dan sistem imbalan yang berlaku. Salah satu tantangan dalam memahami dan menerapkan teori Herzberg ialah menghitung dengan tepat faktor mana yang lebih berpengaruh kuat dalam kehidupan seseorang, apakah yang bersifat *intrinsik* ataukah yang bersifat *ekstrinsik*.⁸⁶

a. Motivasi *Intrinsik*

Motivasi *intrinsik* adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Itu sebabnya motivasi *intrinsik* dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan suatu dorongan dari dalam diri dan secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajarnya.

⁸⁶Suwatno dan Donni Juni Priansa, *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 178

b. Motivasi *Ekstrinsik*

Motivasi *ekstrinsik* adalah motif-motif yang aktif dan berfungsi karena adanya perangsang dari luar. Motivasi *ekstrinsik* dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak terkait dengan dirinya.⁸⁷

Jadi, apabila dikaitkan dengan organisasi perusahaan maka motivasi CSR membuat program dalam bentuk umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam teori *Herzberg* adalah faktor motivasional yang mendorong seseorang untuk berkreasi yang sifatnya *instrinsik*, yang berarti bersumber dari dalam internal perusahaan, seperti yang dikatakan Bapak SI motivasi CSR membuat program dalam bentuk umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah untuk menjalankan instruksi dan kehendak dari manajemen perusahaan, yang berarti motivasi *instrinsik* yang berasal dari dalam atau internal perusahaan. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor *hygiene* atau pemeliharaan adalah faktor-faktor yang sifatnya *ekstrinsik* yang berarti bersumber dari luar, seperti yang dikatakan Bapak SI motivasi CSR membuat program dalam bentuk umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah untuk memaksimalkan peran tokoh agama agar mendapat bimbingan secara religius agar dapat membina masyarakat dengan baik terkait kehidupan karena sebelumnya terjadi

⁸⁷Bejo Siswanto, *Manajemen Tenaga kerja*, Bandung : Sinar Baru, Cetakan Baru, 1989, h. 243.

ketegangan antara perusahaan dan masyarakat sehingga dipertimbangkan akan baik kalau peran tokoh agama lebih di maksimalkan sehingga akan diterima oleh masyarakat, yang berarti motivasi *ekstrinsik* yang berasal dari luar perusahaan.

2. Karakteristik Individu Penerima Program Umroh Pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya

Karakteristik individu adalah perbedaan individu dengan individu lainnya. Sumber daya yang terpenting dalam organisasi adalah sumber daya manusia, orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreativitas, dan usaha mereka kepada organisasi agar suatu organisasi dapat tetap eksistensinya.⁸⁸

Menurut Gibson, James L yang dialih bahasakan oleh Nunuk Ardiani bahwa yang dimaksud dengan karakteristik individu adalah kemampuan dan kecakapan, latar belakang dan demografi. Klasifikasi dari demografi adalah jenis kelamin dan ras.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di paparkan pada sub bab penyajian data, maka penulis akan memaparkan tahap analisis implementasi CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam hal karakteristik individu penerima program umroh untuk masyarakat sebagai berikut, karakteristik individu penerima program umroh ini tidak mempunyai karakteristik individu tertentu yang bisa juga

⁸⁸Herianus Peoni, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, Jurnal Universitas SAM RATULANGI, 2014, h. 3.

⁸⁹Nur Hayati dan Imelda Cristina Sinaga, *Pengaruh Karakteristik Individu (Individual Characteristics Team) Terhadap Kinerja Tim (Performance Team)*, Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi, Vol. VI No. 1 April 2014, h. 16.

disebut sebagai kriteria seperti yang dikatakan oleh menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, tidak ada karakteristik individu atau kriteria-kriteria tertentu dalam memilih penerima program, tetapi yang lebih diprioritaskan adalah tokoh agama/masyarakat.

Seperti kata SI selaku menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan karakteristik individunya *Tidak ada karakteristik individu atau kriteria-kriteria tertentu dalam memilih penerima program, tetapi yang lebih diprioritaskan adalah pemuka agama yang aktif namun belum berdaya untuk melaksanakan ibadah umroh dengan sebelumnya ada seleksi yang dilakukan oleh karyawan dari Departemen CSR sendiri terhadap masyarakat dan berkomunikasi langsung dengan tokoh agama untuk memberikan usulan atau rekomendasi kepada perusahaan. Namun, tidak menutup kemungkinan masyarakat biasa juga bisa dapat menjadi calon penerima program.*⁹⁰

Tabel 2.2 Penerima Program Umroh

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	HA	Laki-laki	48	Tokoh Agama (Penghulu)
2	B	Laki-laki	50	Tokoh Agama/Masyarakat
3	NAS	Laki-laki	43	Tokoh Agama (Ketua Musholla)

⁹⁰Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

Jawaban dari Bapak SI tersebut juga dikonfirmasi oleh Bapak HA, B, dan NAS selaku penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang mendukung jawaban dari Bapak SI tentang karakteristik individu penerima program dalam bentuk umroh untuk masyarakat.

Berdasarkan apa yang telah dikatakan Bapak SI, apabila dikaji dengan teori karakteristik individu, karakteristik individunya adalah ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki individu yang dapat menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan individu yang lainnya untuk mempertahankan dan memperbaiki kinerjanya.

Setiap orang mempunyai pandangan, tujuan kebutuhan dan kemampuan yang berbeda satu sama lain. Perbedaan ini akan terbawa dalam kehidupan sehari-hari yang akan menyebabkan kepuasan satu orang dengan yang lain berbeda pula, meskipun hidup dilingkungan yang sama, karakteristik individu dalam penelitian ini meliputi:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah kapasitas seseorang individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan dengan kata lain bahwa kemampuan merupakan fungsi dan pengetahuan serta keterampilan (*Skill*).

Umat muslim diwajibkan untuk berangkat ke tanah suci mekkah (baitullah) untuk melaksanakan ibadah haji maupun umroh setidaknya sekali dalam seumur hidup bagi yang mampu. Kemampuan dalam

melaksanakan perjalanan ke Baitullah bagi orang yang mampu yang dijelaskan dalam Firman Allah SWT:

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam” (QS. Ali-Imran: 97).⁹¹

b. Nilai (*Value*)

Menurut Robbin, nilai seseorang berdasarkan pada pekerjaan uang memuaskan dan dapat dinikmati, hubungan dengan orang-orang, pengembangan intelektual dan waktu untuk keluarga.

Penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang terpilih sebagai penerima program mempunyai jiwa sosial yang tinggi dan mempunyai kegiatan beragam yang dipandang di masyarakat, seperti tokoh agama dan tokoh masyarakat yang aktif di mesjid-mesjid dan di masyarakat. Sehingga dengan itu mereka terpilih sebagai penerima program dan mendapatkan hadiah umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang mengadakan program umroh gratis untuk masyarakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan dibidang keagamaan.

⁹¹Kementerian Agama RI, Al-Qur`an dan Terjemahannya, Jakarta: PT. Senergi Pustaka Indonesia , 2012, h. 187.

c. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah pernyataan *evaluative* baik menguntungkan atau tidak menguntungkan mengenai objek, orang, dan peristiwa. Dalam hal ini sikap akan difokuskan bagaimana seseorang merasakan atas pekerjaan, kelompok kerja, penyedia, dan organisasi.

d. Minat (*Interest*)

Minat adalah sikap yang membuat orang senang akan objek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi itu. Pola-pola minat seseorang merupakan salah satu faktor yang menentukan kesesuaian orang dengan pekerjaannya minat orang terhadap jenis pekerjaan berbeda-beda.⁹²

Jadi, apabila dikaitkan dengan organisasi perusahaan maka karakteristik individu penerima program dalam bentuk umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam teori karakteristik individu adalah ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki individu yang dapat menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan individu yang lainnya untuk mempertahankan dan memperbaiki kinerjanya, seperti yang dikatakan Bapak SI karakteristik individu penerima program dalam bentuk umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah pemuka agama yang aktif

⁹²Arief Subyantoro, *Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerja, Karakteristik Organisasi dan Kepuasan Kerja Pengurus yang di Mediasi oleh Motivasi Kerja (Studi pada Pengurus KUD di Kabupaten Sleman)*, Jurnal Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta, Vol. 11, No. 1, 18 Juni 2016, h. 12.

(tokoh agama/masyarakat), yang berarti mempunyai ciri khas atau sifat khusus yang dimilikinya sebagai karakteristik individu penerima program.

Melihat latar belakang atau *background* dari para penerima program kenapa mereka terpilih, mereka mempunyai latar belakang sosial yang bervariasi, seperti Bapak HA adalah seorang pemuka agama, tokoh agama, tokoh masyarakat dan seorang penghulu di desa Mangkahui, Bapak B adalah seorang tokoh agama dan tokoh masyarakat yang mempunyai jiwa sosial yang tinggi, sedangkan Bapak NAS adalah pemuka agama yang aktif di mesjid-mesjid dan musolla. Dari keterangan latar belakang sosial dari para penerima program ada juga pemuka agama yang aktif dan mengajar sebagai guru ngaji tanpa pamrih, yaitu mengajar secara sukarela tanpa mengharapkan imbalan apapun dari murid yang diajarkannya.

Dengan demikian para penerima program ini adalah karakteristik individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang mempunyai ciri khas dan sifat khusus tertentu yang dimiliki oleh individu masing-masing yang dapat menjadikan mereka memiliki kemampuan yang berbeda dengan individu lainnya sehingga mereka terpilih sebagai penerima program umroh yang dilaksanakan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya.

3. Faktor Pendukung Dan Penghambat Program Umroh Pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya

Corporate Social Responsibility (CSR) secara umum adalah suatu bentuk dukungan manajemen terhadap suatu kewajiban perusahaan (organisasi) untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan, dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Jadi, CSR dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta terus menerus menjaga agar dampaknya tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.⁹³

Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengadakan sebuah program dalam bidang keagamaan yaitu program umroh untuk masyarakat (*stakeholder*). Dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan, CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam menjalankan program umroh untuk masyarakat pastinya mempunyai hambatan dan dukungan dari dalam dan luar perusahaan, baik itu dari perilaku individu maupun dari manajemen.

Perilaku individu adalah kajian bagaimana seseorang atau kelompok dan organisasi, menyeleksi apa-apa saja yang dibelinya, menggunakannya dan mengatur kebutuhannya, serta akan suatu barang,

⁹³Hery, "Akuntansi dan Rahasia di Balikny", Cet 1, Jakarta: Bumi Aksara: 2012, h. 138

jasa, gagasan atau pengalamannya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kenginannya.⁹⁴

a. Faktor Pendukung

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan pada sub bab penyajian data maka penulis akan memaparkan tahap analisis implementasi CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam hal faktor pendukung program umroh untuk masyarakat sebagai berikut, faktor pendukungnya adalah dukungan dari manajemen seperti yang dikatakan oleh menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, faktor pendukungnya adalah dukungan dari manajemen dengan memberi perhatian lebih terhadap masyarakat.

Seperti kata SI selaku menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan untuk faktor pendukungnya *Faktor pendukung dalam melaksanakan program umroh ini adalah dukungan dari manajemen dengan memberikan perhatian lebih terhadap masyarakat salah satunya dengan mengadakan program umroh ini.*⁹⁵

Jawaban dari Bapak SI tersebut juga dikonfirmasi oleh Bapak HA, B, dan NAS selaku penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang mendukung jawaban

⁹⁴Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, Depok: Rajawali Pers, 2018, h. 122.

⁹⁵Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

dari Bapak SI tentang faktor pendukung program dalam bentuk umroh untuk masyarakat.

Berdasarkan apa yang telah dikatakan Bapak SI, apabila dikaji dengan hierarki teori kebutuhan (*hierarchical of needs theory*), teori kebutuhan berprestasi, dan perilaku individu, faktor pendukungnya adalah kebutuhan dan keinginan dari manajemen untuk melaksanakan tugas atau pekerjaannya seperti mengadakan program umroh untuk masyarakat.

Hierarki teori kebutuhan (*hierarchical of needs theory*) adalah seseorang berperilaku atau bekerja karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan. kebutuhan yang diinginkan seseorang berjenjang, artinya bila kebutuhan yang pertama telah terpenuhi, maka kebutuhan tingkat kedua akan menjadi yang utama. Selanjutnya jika kebutuhan tingkat kedua telah terpenuhi, maka muncul kebutuhan tingkat ketiga dan seterusnya sampai tingkat kebutuhan kelima.⁹⁶

Kebutuhan akan prestasi adalah keinginan seseorang untuk melaksanakan sesuatu tugas atau pekerjaan yang sulit. Orang berprestasi tinggi yang memiliki tiga ciri umum yaitu :

- Sebuah preferensi untuk mengerjakan tugas-tugas dengan derajat kesulitan moderat

⁹⁶*Ibid, Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis, h. 178*

- Menyukai situasi-situasi di mana kinerja mereka timbul karena upaya-upaya mereka sendiri, dan bukan karena faktor-faktor lain, seperti kemujuran misalnya
- Menginginkan umpan balik tentang keberhasilan dan kegagalan mereka, dibandingkan dengan mereka yang berprestasi rendah.⁹⁷

Jadi, apabila dikaitkan dengan organisasi perusahaan maka faktor pendukung program dalam bentuk umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam teori kebutuhan (*hierarchical of needs theory*), teori kebutuhan berprestasi, dan perilaku individu, faktor pendukungnya adalah dari manajemen yaitu kebutuhan dan keinginan dari manajemen perusahaan melalui CSR nya untuk melakukan tanggung jawab sosialnya dengan mengadakan program umroh untuk masyarakat karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan dan sebagai kebutuhan akan prestasi di masyarakat, yang artinya melalui program ini diharapkan dapat memperbaiki citra perusahaan dikalangan masyarakat.

b. Faktor Penghambat

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan pada sub bab penyajian data maka penulis akan memaparkan tahap analisis implementasi CSR umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam hal faktor penghambat program umroh untuk masyarakat sebagai berikut, faktor penghambatnya tidak ada seperti

⁹⁷*Ibid, h. 178.*

yang dikatakan oleh menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, tidak ada faktor penghambatnya tetapi lebih tepatnya bisa dikatakan sebagai tantangan.

Seperti kata SI selaku menejer dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan faktor penghambatnya *Kalau untuk faktor penghambat mungkin tidak ada, tapi lebih tepatnya bisa dikatakan dengan tantangan untuk kami untuk memelihara karena banyaknya peminat dari msasyarakat yang tentu juga ingin menjadi calon penerima program karena dari itu tantangan bagi kami untuk memelihara dan mengatur hal tersebut.*⁹⁸

Jawaban dari Bapak SI tersebut juga dikonfirmasi oleh Bapak HA, B, dan NAS selaku penerima program umroh dari CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yang mendukung jawaban dari Bapak SI tentang faktor penghambat program dalam bentuk umroh untuk masyarakat.

Berdasarkan apa yang telah dikatakan Bapak SI, apabila dikaji dengan hierarki teori kebutuhan (*hierarchical of needs theory*), teori kebutuhan berprestasi, dan perilaku individu, faktor penghambatnya adalah tantangan bagi CSR untuk memelihara dan mengatur masyarakat karena banyaknya peminat, oleh karena itu dalam memenuhi keinginannya seseorang akan berperilaku atau bekerja

⁹⁸Hasil wawancara dengan Bapak SI pada tanggal 17 September 2019.

karena adanya suatu dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan.

Didalam Islam umroh disunnahkan bagi umat muslim yang mampu untuk pergi ketanah suci mekkah, apabila dikaji dengan teori faktor-faktor perilaku individu yang menjadi tantangan bagi CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya. Terdapat 3 (tiga) faktor yang menjadi tantangan pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya yaitu sebagai berikut:

a) Faktor budaya

- Kultur (kebudayaan)
- Sub-kultur
- Kelas sosial

b) Faktor sosial

- Kelompok acuan
- Keluarga
- Peran dan status

c) Faktor pribadi

- Usia dan tahap siklus hidup
- Pekerjaan
- Keadaan ekonomi
- Gaya hidup
- Kepribadian dan konsep kepribadian.⁹⁹

⁹⁹Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016, h. 95.

Apabila dikaji dengan teori diatas. Maka, masyarakat termasuk kedalam faktor kultur (kebudayaan), dalam hal ini pada perilaku masyarakat yang ingin menjadi penerima program umroh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dapat dipengaruhi oleh keinginan atau kebutuhan dan kebudayaan, karena hal itu sudah menjadi kebudayaan bagi umat muslim untuk berangkat ke tanah suci mekkah baik itu umroh maupun haji, dan itu akan menjadi tantangan bagi CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam menjalankan program umroh untuk masyarakat karena banyaknya peminat dari masyarakat.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti uraikan diatas dapat diperoleh sebuah kesimpulan bahwa faktor pendukung dan penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya untuk masyarakat yaitu dapat dilihat dari faktor kebutuhan dan kebudayaan dalam hal ini pada kebutuhan berprestasi dan kultur kebudayaan umat muslim. Hal ini terbukti dari pendapat Bapak SI selaku menejer CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya mengatakan bahwa yang menjadi faktor pendukung dalam menjalankan program umroh untuk masyarakat adalah dukungan dari manajemen untuk kebutuhan berprestasi dalam meningkatkan citra perusahaan di kalangan masyarakat. Sedangkan yang menjadi faktor penghambatnya adalah tantangan untuk CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam menjalankan program umroh untuk memelihara, menjaga, dan

mengatur berjalannya program karena banyaknya peminat dari masyarakat. Sehingga dengan banyaknya peminat dari masyarakat untuk menjadi penerima program dikarenakan dapat dipengaruhi oleh kultur kebudayaan umat muslim yang diwajibkan bagi seorang muslim untuk pergi berangkat umroh ke tanah suci mekkah bagi yang mampu. Seperti yang juga dijelaskan dalam Firman Allah SWT:

إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ ۗ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا ۗ وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ﴿١٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah. Maka Barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber-'umrah, Maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. dan Barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, Maka Sesungguhnya Allah Maha Menyukuri kebaikan lagi Maha mengetahui*” (Q.S. Al-Baqarah: 158).¹⁰⁰

Penelitian ini, hal senada juga diuraikan dalam penelitian terdahulu, yaitu CSR yang dilakukan oleh PT. Tiga Serangkai melalui program Spiritual Building Training adalah sebuah program training persembahan PT. Tiga Serangkai bagi pemenuhan kebutuhan spiritual guna membangun dan meningkatkan kualitas keimanan terhadap Allah SWT¹⁰¹. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dengan program umroh nya ingin

¹⁰⁰Kementerian Agama RI, Al-Qur`an dan Terjemahannya, Jakarta: PT. Senergi Pustaka Indonesia , 2012, h. 102.

¹⁰¹Jati Suliman, Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif Tentang Pelaksanaan CSR PT. Tiga Serangkai Dalam Program Spritual Building Training (SBT) Dalam Rangka Pembentukan Citra Perusahaan di Kalangan Khalayak). Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010, h. 37.

meningkatkan kereligiusan masyarakat terkait kehidupan sehari-hari dan kehidupan yang saling berdampingan antar sesama manusia dalam meningkatkan kualitas keimanan terhadap Allah SWT.

PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya melalui Departemen CSR-nya mengadakan program umroh untuk masyarakat sebagai bentuk untuk memperbaiki dan meningkatkan citra perusahaan dimasyarakat dan menciptakan budaya organisasi yang produktif. Budaya itu sendiri merupakan hal yang sangat esensial bagi suatu organisasi atau perusahaan, karena akan selalu berhubungan dengan kehidupan yang ada dalam perusahaan bahkan mungkin diluar perusahaan.

Budaya organisasi merupakan falsafah, ideologi, nilai-nilai, anggapan, keyakinan, harapan, sikap dan norma-norma yang dimiliki secara bersama serta mengikat dalam suatu komunitas tertentu. Secara spesifik budaya dalam organisasi akan ditentukan oleh kondisi *team work*, *leaders* dan *characteristic of organization* serta *administration process* yang berlaku. kenapa budaya organisasi penting, karena merupakan kebiasaan-kebiasaan yang terjadi dalam hirarki organisasi yang mewakili norma-norma perilaku yang diikuti oleh para anggota organisasi. Budaya yang produktif adalah budaya yang dapat menjadikan organisasi menjadi kuat dan tujuan perusahaan dapat terakomodasi.¹⁰²

¹⁰²H. Teman Koesmonno, *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur*, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 7, No. 2, September 2005, Universitas Katholik Widya Mandala, Surabaya, h. 171.

Di dalam Al-Qur'an juga dijelaskan bahwa, Allah SWT berfirman:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءَ فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia*” (Q.S. Ar-Ra’d: 11).¹⁰³

Berdasarkan penjelasan dalam Firman Allah SWT diatas, maka dalam budaya organisasi diharuskan ada gerakan tersendiri (kreatifitas) dari dalam organisasi untuk perubahan dalam mencapai budaya organisasi yang produktif salah satunya seperti yang dilakukan oleh PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya melalui Departemen CSR-nya dengan mengadakan pelaksanaan program umroh untuk masyarakat yang diharapkan dapat mencapai budaya organisasi yang produktif dalam suatu perusahaan. Pelaksanaan program umroh yang dilaksanakan oleh CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya ini terdapat suatu hal yang mendasari dengan strategi adanya pelaksanaan program umroh. Strategi dalam pelaksanaan program umroh untuk masyarakat ini adalah strategi untuk melakukan perubahan dalam terciptanya budaya produktif dalam suatu organisasi dan untuk meredam konflik yang sebelumnya terjadi antara pihak perusahaan dan masyarakat, sehingga diharapkan dengan

¹⁰³Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta: PT. Senergi Pustaka Indonesia, 2012, h. 214.

adanya pelaksanaan program ini dapat memperbaiki hubungan dalam meningkatkan citra perusahaan dikalangan masyarakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang Implementasi CSR Umroh pada PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya, maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Motivasi pelaksanaan program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah untuk menjalankan instruksi dan kehendak dari manajemen perusahaan dan untuk memaksimalkan peran tokoh agama sehingga diperlukan mendapat penguatan yang memadai salah satunya dengan memberangkatkan umroh gratis untuk masyarakat, karena sebelumnya terjadi bentrokan sehingga diharapkan dengan adanya program umroh ini dapat meredam konflik yang terjadi sebelumnya, dan tokoh agama/masyarakat mendapatkan bimbingan secara religius agar dapat membina masyarakat dengan baik terkait kehidupan antar manusia.
2. Karakteristik Individu penerima program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah tokoh agama/masyarakat, pemuka agama yang aktif dan mempunyai jiwa sosial yang tinggi yang menjadikan mereka mempunyai ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki individu masing-masing sehingga dapat menjadikan mereka memiliki kemampuan yang berbeda dengan individu yang lainnya. Oleh karena itu, mereka dapat memberikan pengaruh dalam membina masyarakat terkait kehidupan saling berdampingan dengan perusahaan dan antar sesama manusia.

3. Faktor Pendukung program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah faktor dukungan dari manajemen perusahaan dengan menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dengan mendukung Departemen CSR dalam mengadakan program umroh gratis untuk masyarakat, dan tentunya juga faktor dukungan dari masyarakat yang disambut baik oleh masyarakat sehingga program dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Faktor Penghambat program umroh pada CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya adalah terbatasnya anggaran dana dari manajemen sehingga penerima program umroh yang berangkat terbatas yaitu hanya 5 orang, sedangkan banyak peminat program umroh dari masyarakat yang ingin menjadi penerima program. Oleh karena itu, akan menjadi sebuah tantangan bagi CSR PT. Indo Muro Kencana Kabupaten Murung Raya dalam memelihara, menjaga, dan mengatur berlangsungnya program umroh karena banyaknya peminat dari masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran untuk dicermati dan ditindak lanjuti. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan, diharapkan lebih meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar perusahaan dari berbagai aspek materi maupun non materi. Dukungan dari masyarakat sangatlah penting

bagi majunya perusahaan dan merupakan faktor penggerak dari kelangsungan bisnis perusahaan.

2. Bagi CSR, diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan program yang ada dan yang akan ada dan lebih mendengarkan aspirasi dari masyarakat sekitar sehingga tanggung jawab sosial perusahaan dapat berjalan efektif dan berkesinambungan dengan apa yang dibutuhkan dimasyarakat.
3. Tetap menjaga hubungan baik dengan masyarakat disekitarnya. Lebih memperhatikan keadaan sosial dengan tidak membuang limbah yang dapat mengganggu kehidupan masyarakat dan tetap mentaati peraturan pemerintah maupun adat masyarakat lokal.
4. Peningkatan hubungan antara perusahaan dengan masyarakat, agar citra perusahaan tetap baik di masyarakat sehingga pelaksanaan CSR menjadi efektif dan berkesinambungan.
5. Penelitian ini masih memiliki beberapa kelemahan dan jauh dari kata sempurna dalam analisis, maka disarankan pada peneliti selanjutnya dapat dilengkapi dengan pelaksanaan observasi yang lebih baik lagi demi kemajuan perusahaan beserta stakeholder internal maupun eksternal dan kepada masyarakat untuk saling bekerjasama dengan PT. Indo Muro Kencana dalam mensukseskan program umroh dan program-program yang lainnya.
6. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi terkait CSR dan dapat menambah wawasan dan kepustakaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ismail sholihin, *Coporate Social Responsibility*, (Jakarta : Kencana, 2010).

Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta : Sinar Grafika Offet, 2009).

Fajar Nursahid, *Tanggung Jawab Sosial BUMN*, (Depok : Piramedia, 2006).

George Terry, *Prinsip – Prinsip Manajemen*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996).

Bejo Siswanto, *Manajemen Tenaga kerja*, (Bandung : Sinar Baru, Cetakan Baru, 1989).

Ambar Teguh Sulistyani & Rosidah, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2003).

Hadari Nawawi, *Manajemen Sumber Daya manusia*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2011).

Hasibuan. M, *Organisasi dan Motivasi Dasar Peningkatan Produktivitas*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007).

Iskak Arep dan Hendri Tanjung, *Manajemen Motivasi*, (Jakarta : PT Gramedia, 2004).

Hery, *“Akuntansi dan Rahasia di Baliknyanya”*, Cet 1, (Jakarta : Bumi Aksara: 2012).

Tri Budiyo, *Hukum Perusahaan*, (Salatiga : Griya Media, 2011).

Matias Siagian, Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan CSR Perspektif Pekerjaan Sosial*, (Medan : FISIP USU PRESS, 2010).

Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011).

- Edi Suharto, *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan*, (Bandung : Refika Aditama, 2007).
- Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, (Gresik : Fascho Publishing, 2007).
- Busyra Azhari, *Corporate Social Responsibility : dari voluntary menjadi mandatory*, (Jakarta : Raja grafindo perkasa, 2002).
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2010).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002).
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2015).
- Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013).
- Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003).
- Rianto Adi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta : Granit, 2004).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2009).
- Neong Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Rakesarasin, 1996).
- Sugiyono, *Statistik untuk Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2010).
- Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta : Alfabeta, 2008).

Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, ed. Revisi,
(Jakarta : Rineka Cipta, 2002).

M.Nasir, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 1999).

Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif; teori dan praktik*, (Jakarta:
Bumi Aksara, 2013).



B. Skripsi

Muhammad Hendra Adi Kusmanto, Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. KSI (Kerry Sawit Indonesia) Di Desa Danau Sembuluh Kabupaten Seruyan. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2018.

Jati Suliman, Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan Citra Perusahaan (Kajian Deskriptif Kualitatif Tentang Pelaksanaan CSR PT. Tiga Serangkai Dalam Program Spritual Building Training (SBT) Dalam Rangka Pembentukan Citra Perusahaan di Kalangan Khalayak), Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010.

Nurhikmah Mukhtar, Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Modal Sosial Pada PT. Pertamina EP Region KTI *Field* Bunyu, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2012.

C. Jurnal

Herianus Peoni, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, Jurnal Universitas SAM RATULANGI, 2014.

Destia Aktarina, *Pengaruh Karakteristik Individu, Pekerjaan dan Lingkungan Kerja terhadap Motivasi dan Dampaknya terhadap Kinerja Anggota POLRI di POLRESTA Palembang*, Jurnal Media Wahana Ekonomika Universitas PGRI Palembang, 2015.

Andy Setiawan dan Tri Bodroastuti, *Pengaruh Karakteristik Individu dan Faktor-Faktor Pekerjaan terhadap Motivasi (Studi pada Karyawan CV. Bintang Timur Semarang)*, Jurnal STIE Widya Manggala, t.th.

Nur Hayati dan Imelda Cristina Sinaga, *Pengaruh Karakteristik Individu (Individua Characteristics Team) Terhadap Kinerja Tim (Performance Team)*, Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi, 1 April 2014.

Abdur Rahman, *Pengaruh Karakteristik Individu, Motivasi dan Budaya Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Badan Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Perempuan Kabupaten Donggala*, E-Jurnal Katalogis Universitas Tadulako, 2013.

Abdi Akbar, *Pengaruh Karakteristik Pekerjaan, Karakteristik Organisasi, dan Karakteristik Individu terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Bank Swasta di Provinsi Sulawesi Selatan*, Jurnal Analisis Universitas Hasanuddin Makasar, 2016.

Arief Subyantoro, *Karakteristik Individu, Karakteristik Pekerja, Karakteristik Organisasi dan Kepuasan Kerja Pengurus yang di Mediasi oleh Motivasi Kerja (Studi pada Pengurus KUD di Kabupaten Sleman)*, Jurnal Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Yogyakarta, 2016.

H. Teman Koesmonno, *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur*, Jurnal Universitas Katholik Widya Mandala, Surabaya.

D. Internet

<https://www.kompasiana.com/ahmadarif/5528ba51f17e61e97d8b460b/motivasi-organisasi>, 22-Juli-2019.

