

## PENERAPAN CSR DI PT. KIMIA FARMA DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN SOSIAL EKONOMI PEGAWAI

Mashuri<sup>1</sup>, \*Mariya Ulpah<sup>2</sup>

Institut Binamadani Indonesia, Tangerang<sup>1,2</sup>

\*Corresponding Author: mariyaulpah@stai-binamadani.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi bagi pegawai yang dilaksanakan oleh PT Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang. Dalam pandangan Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bagian dari perwujudan ibadah seorang hamba kepada Allah Swt karena dapat digolongkan perbuatan terpuji dalam membantu dan meringankan beban hidup orang lain serta kebermanfaatannya kepada orang banyak sebagaimana yang tercantum dalam al-Quran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif lapangan dengan pendekatan studi kasus pada PT Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang. Adapun sumber data diperoleh dari data primer berupa wawancara dan data sekunder bersumber data literatur seperti buku, jurnal, dokumen, dan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Kimia Farma Unit Bisnis Tangerang adalah wujud kepedulian sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan kepada pegawai. Walaupun secara ekonomi tidak signifikan, pemberian bantuan sosial ini berdampak positif dan dapat dirasakan kebermanfaatannya. Pemberian bantuan sosial yang dilakukan oleh manajemen PT Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang dapat mendorong pegawai untuk meningkatkan produktivitas dalam bekerja serta rasa memiliki pada perusahaan yang pada akhirnya keharmonisan antara perusahaan dengan pegawai akan tercipta.

**Kata Kunci:** Penerapan CSR, PT. Kimia Farma, Kesejahteraan Sosial Ekonomi

**Abstract:** *This research discusses the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in improving socio-economic welfare for employees carried out by PT Kimia Farma Apotek, Tangerang business unit. In the Islamic view, Corporate Social Responsibility (CSR) is part of the realization of a servant's worship of Allah Swt because it can be classified as a commendable act in helping and easing the burdens of other people's lives as well as being beneficial to many people as stated in the Koran. The research method used in this research is qualitative fieldwork with a case study approach at PT Kimia Farma Apotek, Tangerang business unit. The data sources were obtained from primary data in the form of interviews and secondary data sourced from literature data such as books, journals, documents, and others. The research results show that the Corporate Social Responsibility (CSR) at PT Kimia Farma Tangerang Business Unit is a form of social care implemented by the company towards employees. Even though it is not economically significant, the provision of social assistance has a positive impact and its benefits can be felt. Providing social assistance carried out by the management of PT Kimia Farma Apotek, Tangerang business unit, can encourage employees to increase productivity at work and a sense of belonging to the company, which ultimately will create harmony between the company and employees.*

**Keyword:** CSR Implementation, PT. Kimia Farma, Socio-Economic Welfare

### PENDAHULUAN

Kesejahteraan ekonomi suatu bangsa akan tercapai apabila telah terpenuhinya kebutuhan sandang dan pangan masyarakatnya, dan ini bisa terwujud ketika tersedianya lapangan pekerjaan sehingga masyarakat bisa bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Bisnis memiliki ketergantungan kepada masyarakat secara luas karena adanya

saling membutuhkan antara individu satu dengan yang lainnya karena ketidakmampuan individu dalam memenuhi kebutuhan sendiri. Kondisi masyarakat yang tenteram dan aman menjadi kunci keberhasilan masyarakat untuk terlibat langsung dalam melakukan bisnis. Oleh karena itu, harus diciptakan keadaan yang kondusif sehingga tercipta ruang bagi masyarakat untuk melakukan bisnis. Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan bukan hanya mengejar dan mencari keuntungan semata, tetapi perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial agar perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat serta menjaga keharmonisan dengan *stakeholder*.<sup>1</sup>

Dalam perspektif ekonomi Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sarana untuk mencapai tujuan ekonomi Islam yaitu adanya kesejahteraan ekonomi, keadilan, distribusi pendapatan yang adil, dan kebebasan individu. Dalam konteks kesejahteraan sosial masyarakat yang merupakan bagian dari tujuan dari ajaran Islam, bisnis merupakan usaha untuk menghasilkan kemanfaatan, bukan mencari laba/ profit semata.<sup>4</sup> Islam sangat menganjurkan kepada umatnya untuk berikhtiar menjalankan usaha atau bisnis untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, bahkan mempersilakan umatnya dalam berbisnis untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya akan tetapi harus dilandasi nilai-nilai syariat Islam. Dalam segala bentuk dan manifestasinya, Islam memegang prinsip akuntabilitas yang seimbang. Hal ini mencakup keseimbangan antara jiwa dan raga, antara manusia dan keluarga, antara manusia dan masyarakat, dan antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Kewajiban sosial menyangkut komitmen perusahaan untuk melindungi komunitas di mana bisnis berada dan memberikan kontribusi terhadapnya.<sup>2</sup>

Pelaksanaan program bantuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memberikan kebermanfaatn kepada masyarakat dan perusahaan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi sosial secara keseluruhan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengandung makna akan tanggung jawab moral, tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, dan tanggung jawab sosial dan amal. Dalam perspektif ajaran Islam CSR memiliki, unsur tanggung jawab sosial kepada masyarakat yang sangat mendasar. Tanggung jawab yang dilakukan perusahaan meliputi implementasi dan inisiatif CSR. Tanggung jawab sosial suatu perusahaan dimaknai sama dengan tanggung jawab individu, karena perusahaan merupakan kumpulan manusia. Jadi setiap orang yang menjalankan suatu usaha mempunyai badan hukum tanggung jawab sosial CSR yang diakui syariah Islam.

PT Kimia Farma, sebuah perusahaan farmasi yang merupakan bagian dari BUMN (Badan Usaha Milik Negara), dianggap oleh masyarakat harus membuktikan kemampuannya dan memberikan teladan kepada masyarakat dan perusahaan yang lain mengenai keterlibatannya dalam pembangunan bangsa khususnya dibidang kesehatan. Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Apotek itu sendiri bukan saja untuk mencari pengakuan masyarakat dan tujuan

---

<sup>1</sup> Ahmad Very Fadli dan Yuliani, "Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam", *E-Journal Al-Dzahab*, Vol. 03 No. 1 2022, h. 50-60. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/518453-implementasi-corporate-social-responsibi-00982743.pdf>

<sup>2</sup> Budi Gautama Siregar, "Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Pandangan Islam" *JURIS*, Vol. 14, No. 2 2015, h. 146. Ali Syukron, "CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 5 No. 1 2015, h. 3.

perusahaan tetapi bagaimana perusahaan hadir untuk memberikan bantuan sosial yang bisa langsung dirasakan kebermanfaatannya oleh masyarakat yang membutuhkan dan ini menjadi salah satu kontribusi dan wujud kepedulian terhadap pegawai, masyarakat, atau *stakeholders* serta lingkungan sekitarnya.

Walaupun PT Kimia Farma Apotek bukan perusahaan yang yang berlandaskan nilai-nilai Islam, tetapi dalam implementasinya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* benar-benar memenuhi kriteria ajaran Islam yang mana di dalamnya ada unsur komitmen dan ketulusan dari perusahaan, di samping etika, keadilan, kebersamaan, kesetaraan dan kesejahteraan sosial masyarakat dalam memberikan bantuan sosial kepada masyarakat. Hal ini menandakan adanya kepedulian dan keberpihakan terhadap sesama. Adanya kesejahteraan ekonomi pegawai dan lingkungan masyarakat akan mendorong terciptanya pertumbuhan ekonomi yang berkembang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan keadaan atau kondisi nyata dari persoalan yang diteliti. Sumber data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pihak PT Kimia Farma Apotek. Sedangkan untuk data sekunder penulis peroleh dari berbagai literatur berupa artikel, buku, jurnal, arsip, dan lainnya. Data-data yang telah dikumpulkan selanjutnya dilakukan pengelompokan data, verifikasi data, *display* data dan dianalisis sedemikian rupa guna menarik kesimpulan sebagai jawaban dari masalah yang diteliti.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Secara konseptual, adanya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* itu sendiri memiliki makna bahwa perusahaan tidak lagi hanya mementingkan kelompoknya saja, tetapi juga wajib melakukan penyesuaian dengan kultur masyarakat setempat. Konsep tersebut menjadikan perusahaan turut membantu dalam aktivitas sosial di masyarakat. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan dimaknai sebagai komitmen perusahaan untuk terus bertindak etis, beroperasi secara sah, dan berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat, kualitas hidup karyawan dan keluarga, serta kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>3</sup>

Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* suatu perusahaan dapat dibagi menjadi tiga kategori:

- a. *Public relation*. Pemangku kepentingan mendapatkan manfaat dari upaya perusahaan dalam menjaga hubungan positif dan menanamkan persepsi positif terhadap aktivitasnya di masyarakat.
- b. *Defending approach*. Adalah upaya yang dilakukan pelaku usaha untuk mengubah opini negatif menjadi positif dan mencegah agar persepsi negatif yang sudah mendarah daging dalam aktivitas perusahaan tidak menyebar ke masyarakat luas.

---

<sup>3</sup> Ujang Rusdianto, *CSR Communications A Framework for PRPraktitioners*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 8.

- c. Keinginan yang tulus untuk melakukan latihan yang hebat dan benar-benar berasal dari visi organisasi.

Upaya yang dilakukan perusahaan melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah untuk kepentingan masyarakat atau jaringan tanpa mengambil manfaat materi. Komitmen perusahaan terhadap kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan memasukkannya ke dalam visi dan misi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan bahwa program yang dilaksanakan merupakan keinginan yang tulus. Tujuan utama setiap bisnis adalah kestabilan dan kelangsungan bisnis, yang pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan. Perusahaan harus merespon *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena sejumlah alasan penting, termasuk organisasi merupakan hal yang penting bagi masyarakat sehingga wajar jika dunia usaha peduli terhadap lingkungan masyarakat.

Karena kegiatan perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, maka penting bagi pelaku bisnis dan masyarakat untuk membentuk hubungan simbiosis timbal balik agar dapat memperoleh dukungan dari masyarakat. Untuk membina hubungan yang harmonis, dunia usaha diharapkan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Meskipun potensi konflik dapat timbul dari dampak operasional yang timbul dari proses produksi atau karena kesenjangan struktural dan ekonomi yang timbul antara komponen perusahaan dan masyarakat, namun kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh dunia usaha merupakan salah satu cara untuk mengurangi konflik sosial.<sup>4</sup>

Keuntungan atau hasil yang dapat diperoleh organisasi yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain adalah menjaga nama baik perusahaan organisasi, meningkatkan citra merek, mengurangi pertaruhan bisnis perusahaan, memperluas cakupan bisnis perusahaan, menjaga posisi citra perusahaan, menjaga kualitas SDM, kemudahan akses terhadap sumber daya keuangan, meningkatkan pengembalian modal, meningkatkan keuntungan dari pilihan isu-isu yang kritis, dan memperoleh manajemen risiko.<sup>5</sup>

*Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki keterkaitan dengan kesejahteraan sosial. Kesejahteraan diartikan masyarakat yang aman, seluruh kebutuhannya tercukupi dan tidak ada permasalahan yang tidak diinginkan.<sup>6</sup> Sedangkan kesejahteraan diartikan dalam pasal 1 dan 2 UU Nomor 11 Tahun 2009 sebagai keadaan terpenuhinya kebutuhan pokok hidup yang layak bagi masyarakat agar mereka dapat mengembangkan diri dan menjalankan fungsi sosialnya dalam masyarakat. Menurut Hatta, seseorang merasa hidupnya sejahtera apabila ia merasa ceria dan merasa puas dengan apa yang telah dicapainya dalam keterbatasan hidupnya. Meski terancam kemiskinan, ia merasa ada keadilan dalam hidupnya dan jiwanya tenteram lahir dan batin.<sup>7</sup> Kesejahteraan sosial adalah kondisi kehidupan yang mencakup kesejahteraan material dan spiritual, serta mencakup rasa aman, moralitas, dan ketenangan fisik dan mental.

Dilihat dari perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan penerapan gagasan ajaran *ihsan* yang merupakan puncak dari etika yang sangat mulia.

---

<sup>4</sup> Rahmatullah, *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*, Yogyakarta: Agro, 2011, Cet. 5, h. 6-7.

<sup>5</sup> Ujang Rusdianto, *CSR Communications A Framwork for PR Praktitioners, ...*, h. 12.

<sup>6</sup> Waryono Abdul Ghafur, dkk, *Interkoneksi Islam Dan Kesejahteraan Sosial*, Yogyakarta: Samudra Biru, 2012, h. 6.

<sup>7</sup> Anwar Abbas, *Bung Hatta dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kompas, 2010, h. 161.

*Ihsan* mengandung arti melaksanakan hal-hal yang bermanfaat bagi orang lain dengan tekad untuk mendapatkan ridha Allah Swt. Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan cerminan ajaran Islam tentang kepemilikan, bahwa Allah adalah pemilik tunggal dan manusia hanyalah pemilik sementara yang berperan sebagai penerima amanah yang diberikan kepadanya.<sup>8</sup>

Setidaknya terdapat beberapa alasan mengapa perusahaan menjalankan program-program filantropi atau kedermawanan sosial, di antaranya adalah untuk menerapkan konsep "Good Corporate Citizenship" (perilaku perusahaan terhadap pemangku kepentingan), meningkatkan kualitas hidup, dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang terlatih dan intelektual.<sup>9</sup> Ada beberapa cara untuk melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut, antara lain: a) *Social obligation approach* yaitu suatu pendekatan komitmen sosial yang merupakan metode tanggung jawab sosial di mana perusahaan hanya memenuhi atau mengakomodasi kebutuhan dasar komitmen masyarakat atau individu yang berasal dari lingkungan sosial, b) *Social reaction approach* yaitu strategi tanggung jawab sosial di mana perusahaan melampaui apa yang dibutuhkan oleh lingkungan sosial untuk tanggung jawab komunitas dan/ atau individu, c) *Social response approach* yaitu suatu cara untuk menangani kewajiban sosial di mana perusahaan proaktif dalam menangkap peluang dari pribadi maupun kelompok masyarakat.<sup>10</sup>

Dalam melaksanakan programnya, PT Kimia Farma Unit Bisnis Tangerang melakukan dua program bantuan sosial yaitu program bantuan CSR internal dan program bantuan CSR eksternal. Kedua program bantuan sosial ini rutin dilakukan secara temporer (satu kali dalam satu tahun) yang merupakan bagian dari program tanggung jawab sosial Perusahaan. Di samping itu ada program bantuan yang bersifat tanggap darurat seperti memberikan bantuan kepada pegawai yang terkena musibah, seperti korban banjir, gempa bumi, dan program pemberian vitamin daya tahan tubuh kepada seluruh pegawai dan keluarganya pada saat mewabahnya pandemi Covid -19 di Indonesia. Harapannya agar seluruh pegawai dan keluarganya tetap sehat dan kuat, tidak terkena wabah Covid-19.

#### 1. Program Bantuan CSR Internal

Berdasarkan hasil wawancara,<sup>11</sup> diketahui bahwa program bantuan sosial ini dikhususkan untuk pegawai PT Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang tingkat pelaksana serta pegawai *office boy* dan *security*. Ada tiga tahap proses yang dilakukan oleh kantor unit bisnis Tangerang dalam melaksanakan program bantuan csr internal tersebut, yaitu:

*Pertama*, Perencanaan. Dalam tahap perencanaan ini akan ada surat pemberitahuan dari kantor pusat PT Kimia Farma Apotek mengenai bantuan CSR, maka

---

<sup>8</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007, h. 224.

<sup>9</sup> Omi Pramiana dan Nur Anisah, "Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory", *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 13 No. 2 2018, h. 169-182. <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i2.311>

<sup>10</sup> Fitra Rizal "Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Islam", *Indonesian Journal of Islamic Studies*, Vol. 1, No. 01 Juni 2020, h. 32.

<sup>11</sup> Wawancara dengan Manajer PT. Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang, Muhammad Hilmi, pada 24 Juni 2024.

Kantor Unit Bisnis melakukan pembentukan kepanitiaan di antaranya ketua panitia, sekretaris, bendahara (pelaksana kasir dan anggota (pelaksana SDM dan perwakilan SP).

*Kedua*, Identifikasi penerima bantuan. Para penerima bantuan sosial akan didata oleh panitia agar program bantuan sosial ini berjalan baik. Bentuk bantuan yang diberikan berupa pemberian beasiswa berprestasi kepada putra putri pegawai tingkat pelaksana, mulai dari jenjang pendidikan SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi. Adapun syarat yang harus dipenuhi oleh penerima bantuan adalah pegawai tetap tingkat pelaksana, dalam satu keluarga hanya satu yang diajukan, dan memenuhi persyaratan lainnya seperti fotocopy raport terakhir dengan nilai rata-rata 85, fotocopy SK orang tua terakhir, fotocopy akta kelahiran, fotocopy kartu keluarga, dan siswa siswi yang diterima di perguruan tinggi negeri melalui jalur SNMPTN. Selain pemberian beasiswa, ada juga bantuan sosial berupa sembako yang diberikan untuk para pegawai kebersihan dan pegawai penjaga keamanan. Para penerima bantuan harus mengisi formulir data diri dan tempat bekerja pegawai penerima.

*Ketiga*, Mengirimkan laporan ke panitia kantor pusat. Setelah data-data calon penerima bantuan sosial selesai diverifikasi oleh panitia maka berkas tersebut selanjutnya dikirim ke panitia kantor pusat.

Dalam tahap pelaksanaan pemberian bantuan sosial kepada penerima bantuan sosial diawali dari undangan kepada para penerima bantuan untuk menghadiri dan menerima bantuan di PT Kimia Farma Unit Bisnis Tangerang dan langsung diserahkan oleh Manager Unit Bisnis Tangerang mewakili perusahaan, dengan data sebagai berikut: Penerima bantuan siswa berprestasi terdiri dari delapan siswa Sekolah Dasar (SD), lima siswa Menengah Pertama (SMP), tiga siswa Menengah Atas (SMA). Sedangkan penerima bantuan sembako sebanyak sepuluh pegawai *security* dan sembilan pegawai *office boy*.

Dalam tahap pengawasannya, untuk memastikan pelaksanaan pemberian bantuan sosial *Corporate Social Responsibility (CSR)* berjalan secara efektif, tepat sasaran, dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan maka dilakukan pengawasan. Adapun langkah-langkah pengawasan yang dilakukan oleh di PT Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang antara lain:

- a) Transparansi dan akuntabilitas, yaitu bahwa seluruh proses, mulai dari perencanaan hingga distribusi bantuan, dilakukan dengan transparan, siapa saja penerima bantuannya, dan bagaimana dampak bantuan tersebut bagi penerimanya.
- b) Monitoring pelaksanaan. Selama pelaksanaan pemberian bantuan harus dilakukan monitoring untuk memastikan bahwa bantuan sosial disalurkan sesuai dengan rencana dan ini bisa dilakukan melalui kunjungan ke lapangan dan wawancara dengan penerima manfaat bantuan sosial.
- c) Evaluasi dan pelaporan. Setelah program selesai dilaksanakan, perlu dilakukan evaluasi untuk menilai efektivitas program tersebut. Evaluasi ini mencakup apakah tujuan program tercapai, dampak yang dihasilkan bagi penerima, serta apakah ada masalah yang muncul selama pelaksanaan. Hasil evaluasi ini kemudian dilaporkan kepada manajemen perusahaan dan dipublikasikan sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan pengawasan yang baik, perusahaan dapat

memastikan bahwa program CSR memberikan dampak positif yang maksimal dan memperkuat hubungan dengan pegawai serta pihak-pihak yang berkepentingan.

## 2. Program Bantuan CSR External

### a. Program Kimia Farma Mengajar

Berdasarkan hasil wawancara,<sup>12</sup> diperoleh penjelasan bahwa PT Kimia Farma Tbk memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan melalui program Kimia Farma Mengajar. Program ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan dalam meningkatkan kualitas pendidikan, terutama pendidikan kesehatan, yang sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan untuk menciptakan pendidikan yang berkualitas. Hal ini juga sejalan dengan upaya membentuk generasi yang sehat dan peduli terhadap kesehatan. Kegiatan ini juga merupakan bagian dari rangkaian peringatan Hari Ulang Tahun (HUT) ke-52 PT Kimia Farma Tbk.

Sejalan dengan program PT Kimia Farma Tbk, maka Manager Unit Bisnis wajib menyelenggarakan program tersebut dengan melibatkan para Apoteker untuk bersama-sama memberikan pengajaran kepada siswa-siswi di tingkat SD, SMP, SMA, mencakup topik-topik seperti motivasi dalam menggapai cita-cita, peningkatan perilaku pola hidup bersih dan sehat, kesadaran akan gizi yang seimbang, bahaya narkoba, kesehatan kulit remaja dan pengenalan cara penggunaan obat dengan slogan *DAGUSIBU* (Dapatkan, Gunakan, Simpan dan Buang). Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut: Menentukan tingkatan sekolah yang akan dijadikan tempat pelaksanaan Program Kimia Farma Mengajar, mengirim surat permohonan kepada pihak sekolah yang akan dijadikan tempat mengajar, menentukan tanggal dan hari pelaksanaan kegiatan, dan melaporkan kegiatan Program Kimia Farma Mengajar ke kantor pusat.

Dalam kegiatan ini, PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Tangerang juga memberikan bantuan dana pendidikan kepada siswa/ siswi berprestasi, sarana dan prasarana UKS (Usaha Kesehatan Sekolah) berupa obat-obatan dan alat kesehatan, serta bantuan buku bacaan. Program Kimia Farma Mengajar 2023 diharapkan menjadi momentum perusahaan untuk memberikan nilai berkelanjutan kepada negara, khususnya masyarakat yang menjadi stakeholders utama perusahaan, serta mendukung program pemerintah dalam meningkatkan pendidikan dan memberikan edukasi kesehatan kepada anak-anak di Indonesia.

### b. Program Pengobatan Gratis dan Sunat Masal

Dalam upaya menyetatkan masyarakat, PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Tangerang hadir dalam Program Pengobatan Gratis dan Sunat masal dimana PT kimia Farma Apotek bekerjasama dengan tenaga kesehatan dan dokter yang berpraktek di PT Kimia Farma Apotek Unit Bisnis Tangerang memberikan pelayanan pengobatan gratis kepada masyarakat sekitar apotek seperti cek gula darah, hipertensi, kolesterol , asam urat dan lain-lain dan memberikan obat-obatan serta vitamin yang dibutuhkan masyarakat, denga terlebih dahulu meminta izin kepada pengurus lingkungan setempat (RT, RW, Lurah).

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Manajer PT. Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang, Muhammad Hilmi, pada 24 Juni 2024.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi bagi Pegawai di PT Kimia Farma Unit Bisnis Tangerang kepada pegawainya adalah wujud kepedulian sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan kepada pegawai, dalam membantu meringankan beban ekonomi keluarga pegawai serta menjalin keharmonisan hubungan antara atasan dan bawahan. Walaupun secara ekonomi tidak signifikan, pemberian beasiswa berprestasi dan pemberian paket sembako ini berdampak positif dan dapat dirasakan kebermanfaatannya oleh keluarga pegawai penerima bantuan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga.

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Apotek itu sendiri bukan saja untuk mencari pengakuan masyarakat dan tujuan perusahaan tetapi bagaimana perusahaan hadir untuk memberikan bantuan sosial yang bisa langsung dirasakan kebermanfaatannya oleh masyarakat yang membutuhkan dan ini menjadi salah satu kontribusi dan wujud kepedulian terhadap pegawai, masyarakat atau *stakeholders* serta lingkungan sekitarnya. Walaupun PT Kimia Farma Apotek bukan perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai Islam, tetapi dalam pelaksanaannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) benar-benar memenuhi kriteria ajaran Islam yang mana di dalamnya ada unsur komitmen dan ketulusan dari perusahaan, di samping etika, keadilan, kebersamaan, kesetaraan.

PT Kimia Farma Apotek mempunyai prinsip bahwa manfaat akhlak bagi PT Kimia Farma Apotek dan konsumen akan meningkatkan kualitas pelayanan. Pegawai yang menjunjung tinggi nilai-nilai akhlak akan berdampak pada; a) Memberikan pelayanan yang lebih tepat, ramah, dan nyaman kepada konsumen, meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat yakni PT Kimia Farma Apotek merupakan perusahaan terpercaya yang berdedikasi dalam menyediakan layanan kesehatan berkualitas tinggi, b) Meningkatkan loyalitas karyawan di mana pekerja yang dihormati dan dihargai akan lebih berkomitmen dan bersemangat dalam pekerjaannya, c) Meningkatkan keuntungan di mana perusahaan akan meningkatkan keuntungan dengan jalan meningkatkan kepercayaan pelanggan, kualitas layanan, dan citra perusahaan.<sup>13</sup> Dengan prinsip melayani dan membantu sepenuh hati maka akan tercipta keselarasan yang tumbuh dari karyawan dan konsumen.

Dalam sudut pandang Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk dari cerminan ajaran Islam, bahwa seluruh kepemilikan sumber daya di alam ini adalah mutlak milik Allah dan digunakan sebesar-besarnya untuk kemaslahatan manusia. Melihat implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Apotek, jika dipandang dari ajaran Islam maka mengandung masalah atau manfaat. Masalah atau manfaat yang dimaksud adalah adanya keuntungan yang didapat oleh masyarakat dalam hal pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda, dengan tingkat signifikasi yang berbeda satu sama lain.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Kimia Farma, dalam "Akhlak Bumn Kimia Farma Menilik Lebih Dalam Tentang Kimia Farma" Retrieved from <https://jadibumn.id/>., diakses pada 01 Juni 2024.

<sup>14</sup> Khairul Anwar, "Implementasi CSR dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di PT Pisma Putra Textile Kabupaten Pekalongan)", *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, Vol. 3 No. 2 2023, h. 103-109. Retrieved from file:///C:/Users/M%20ZAENAL%20ARIFIN/Downloads/10543-Article%20Text-31015-1-10-20231031.pdf



Selain itu, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipandang sebagai bagian dari perwujudan ibadah seorang hamba kepada Allah Swt karena dapat digolongkan perbuatan terpuji dalam meringankan beban hidup orang lain serta kebermanfaatannya kepada masyarakat secara keseluruhan. Pelaksanaan pemberian bantuan yang dijalankan oleh PT Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang adalah sebagai bentuk tanggung jawab sosial, moral serta etika yang diwujudkan dalam program-program berbagi dengan sesama, membantu yang lemah, menolong yang susah, serta mengedepankan keselarasan antara sesama yang pada akhirnya menghapus jurang pemisah antara kaya dan miskin.<sup>15</sup>

## KESIMPULAN

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan merupakan suatu hal yang positif dan memberikan maslahat bagi masyarakat. Dalam konteks meningkatkan kesejahteraan sosial ekonomi pegawai, *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT Kimia Farma Unit Bisnis Tangerang adalah wujud kepedulian sosial yang dilaksanakan oleh perusahaan kepada pegawai. Walaupun secara ekonomi tidak signifikan, pemberian bantuan sosial ini berdampak positif dan dapat dirasakan kebermanfaatannya. Hal ini selaras dengan pandangan Islam bahwa pihak yang memiliki sumber daya yang lebih harus membantu mereka yang membutuhkan, salah satunya dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini sebagai bentuk tanggung jawab sosial, etika dan moral seorang hamba kepada Allah Swt, sebagai pemegang kekuasaan hakiki sumber daya tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Anwar, *Bung Hatta dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Kompas, 2010.
- Anwar, Khairul. (2023). "Implementasi CSR dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di PT Pisma Putra Textile Kabupaten Pekalongan)", *MABNY: Journal of Sharia Management and Business* 3(2): 103-109. Retrieved from file:///C:/Users/M%20ZAENAL%20ARIFIN/Downloads/10543-Article%20Text-31015-1-10-20231031.pdf
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Fadli, Ahmad Very dan Yuliani. (2022). "Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam", *E-Journal Al-Dzahab* 03(1): 50-60. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/518453-implementasi-corporate-social-responsibi-00982743.pdf>
- Ghafur, Waryono Abdul, dkk, *Interkoneksi Islam Dan Kesejahteraan Sosial*, Yogyakarta: Samudra Biru, 2012.
- Kimia Farma, "Akhlak Bumn Kimia Farma Menilik Lebih Dalam Tentang Kimia Farma" Retrieved from <https://jadibumn.id/>., diakses pada 01 Juni 2024.

---

<sup>15</sup> Dwi Untoro, dkk., "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Bisnis Islam (Studi Kasus PT. Gramedia Dan PT. BPRS PNM Mentari)", *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 3 No. 2 2023, h. 206-222. DOI: <https://doi.org/10.35194/eei.v3i2.3390>

- Pramiana, Omi dan Nur Anisah. (2018). "Implementasi Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory", *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 13(2): 169-182. <https://doi.org/10.26533/eksis.v13i2.311>
- Rahmatullah, *Panduan Praktis Pengelolaan CSR*, Yogyakarta: Agro, 2011.
- Rizal, Fitra. (2020). "Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Islam", *Indonesian Journal of Islamic Studies* 1(01): 32.
- Rusdianto, Ujang, *CSR Communications A Framwork for PRPraktitioners*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Siregar, Budi Gautama. (2015). "Penerapan Corporate Social Reponsibility Dalam Pandangan Islam" *JURIS* 14(2): 146.
- Syukron, Ali. (2015). "CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* 5(1): 3.
- Untoro, Dwi, dkk. (2023). "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Dalam Bisnis Islam (Studi Kasus PT. Gramedia Dan PT. BPRS PNM Mentari)", *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 3(2): 206-222. DOI: <https://doi.org/10.35194/eei.v3i2.3390>
- Wawancara dengan Manajer PT. Kimia Farma Apotek unit bisnis Tangerang, Muhammad Hilmi, pada 24 Juni 2024.