

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mencari informasi dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya yang masih ada kaitannya sebagai bahan perbandingan baik dari segi kelemahan ataupun kelebihan penelitian tersebut. Serta peneliti menggali informasi dari jurnal, buku, dan skripsi guna mendapatkan informasi tambahan untuk penyusunan teori yang berkaitan dengan judul.

Penelitian oleh Bing Bedjo Tanudjaja pada tahun 2006 dengan judul “Perekembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia”. Dalam penelitian ini, peneliti melihat fakta bahwasannya para pelaku bisnis dalam menjalankan program CSR tidak berdasarkan esensi dan signifikasinya. Sehingga program CSR banyak yang hanya menjadi wacana, bahkan implementasinya berdasarkan tuntutan masyarakat. Padahal, program CSR dimaksudkan agar dapat tercapainya keseimbangan dunia usaha antara pelaku dan masyarakat sekitar. Peneliti lebih memilih menggunakan literasi lain sebagai bahan penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah penjabaran mengenai perkembangan pelaksanaan program CSR di Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada subyek yang diambil. Disamping itu terdapat poin-poin dalam penelitian tersebut yang dapat

diambil sebagai tambahan informasi dan data guna mendukung penelitian yang akan dilakukan.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Anrial pada tahun 2016 dengan judul “Analisis Wacana Pesan Dakwah Islam di Pro 1 Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Padang. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk analisa mendalam mengenai pesan yang disampaikan da’i dalam siaran dakwah di LPP RRI Padang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis wacana yang menggunakan kerangka dari Van Dijk, harapannya setiap pesan yang disampaikan dapat di analisa dalam bentuk tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik, dan retorik. Penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan memiliki kesamaan pada subyek yang dipilih. Selain itu terdapat beberapa poin dalam penelitian ini yang dapat diambil untuk menambah informasi serta data guna melengkapi penelitian yang akan dilakukan.⁹

Penelitian oleh Marfiah Sri Sanityastuti pada tahun 2009 dengan judul “*Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Aktualisasi Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS)*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengarahkan program CSR untuk dapat diaktualisasi dengan kegiatan zakat, infaq dan shodaqoh bagi para pelaku bisnis dan perusahaannya. Penelitian ini menjelaskan bagaimana manfaat dan kegunaan CSR apabila dijadikan sebagai kegiatan zakat, infaq dan shodaqoh. Selain itu, apabila program CSR diarahkan sebagai aktualisasi ZIS maka dapat menjadi

⁸ Bing Bedjo Tanudjaja, 2006, Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Vol 8 No 2

⁹ Anrial, 2016, Analisis Wacana Pesan Dakwah Islam di Pro 1 Lembaga Penyiaran Publik (LPP) RRI Padang, Jurnal Dakwah dan Komunikasi STAIN Curup-Bengkulu, Vol. 1 No. 2

alternatif tercapainya program CSR dan manfaat yang maksimal bagi perusahaan dan masyarakat. Terdapat kesamaan pada subyek yang dipilih pada penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan. Terdapat beberapa poin dalam penelitian yang dapat diambil sebagai tambahan informasi dan data untuk penelitian yang akan dilakukan.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Hatta Abdul Malik pada tahun 2016 dengan judul “Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia”. Penelitian ini bertujuan mengkomparasi antara website Islam di Amerika yaitu *islamicity.com* dan website Islam di Indonesia yaitu *eramuslim.com*. Peneliti menemukan fakta bahwasannya konten di dalam website Islam di Amerika lebih lengkap mengenai ajaran Islam dibandingkan website Islam di Indonesia. Dari penelitian ini, ditemukan hasil bahwasannya website Islam di Amerika lebih bersifat statis dan berbicara tentang Islam dari hal yang mendasar dan memiliki fasilitas yang lengkap. Namun pada website Islam di Indonesia, website lebih bersifat dinamis dengan konten Islam yang ditujukan untuk para pemeluk Islam yang mempunyai pengetahuan menengah ke atas serta fasilitas yang diberikan belum lengkap. Dalam penelitian ini terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini berfokus pada dakwah masa kini ataupun dakwah melalui media internet, sementara itu penelitian yang akan dilakukan berfokus pada kegiatan dakwah yang

¹⁰ Marfuah Sri Sanityastuti, 2009, *Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Aktualisasi Zakat, Infaq dan Shodaqoh (ZIS)*, Jurnal Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Vol. 3 No.2

ada dalam program CSR. Namun, ada beberapa poin yang dapat diambil sebagai informasi dan data tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan.¹¹

Penelitian yang dilakukan Ivan Sunata pada tahun 2017 dengan judul “Konsep Dakwah Dalam Memelihara dan Pemberdayaan Masyarakat di Sekitar Hutan : Studi Kasus di Kabupaten Kerinci”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui konsep dakwah yang dapat diterapkan dalam pemeliharaan hutan dan pemberdayaan masyarakat disekitar hutan. Penelitian ini mempunyai corak *field research* yang menggunakan penelitian kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah *action research* atau kaji tindak dengan pendekatan *participatory* dengan menekankan pentingnya dialog dalam penelitian. Dari hasil penelitian diatas didapatkan data bahwasannya kerusakan hutan di Indonesia sudah parah. Maka dari itu perlunya diterapkan sistem *co-management* atau pengelolaan bersama antara pemerintah dan masyarakat sehingga seluruh kepentingan dapat terakomodir dengan tetap mengedepankan kelestarian hutan dan kesejahteraan masyarakat.¹²

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Adisty Ayu Apsari dan Abdul Rohman dengan judul “Perspektif Pelaku Bisnis Perhotelan di D.I. Yogyakarta terhadap CSR” pada tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap definisi CSR serta proses pengambilan keputusan mengenai CSR pada level manajemen. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi perusahaan

¹¹ Hatta Abdul Malik, 2016, Dakwah Media Internet:Komparasi Islam di Amerika dan Indonesia, Jurnal Ilmu Dakwah UIN Walisongo, Vol. 36 No.2

¹² Ivan Sunata, 2017, Konsep Dakwah Dalam Memelihara dan Pemberdayaan Masyarakat disekitar Hutan:Studi Kasus di Kabupaten Kerinci, Jurnal Dakwah dan Komunikasi STAIN Curup-Bengkulu Vol. 2 No.2

saat menjalankan program CSR. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif serta paradigma konstruktivisme. Obyek penelitian ini adalah 10 hotel berbintang yang ada di D.I. Yogyakarta dengan narasumber para pegawai yang terlibat langsung dalam pengelolaan hotel dan aktivitas CSR. Penelitian ini membuahkan hasil bahwasannya pelaku bisnis perhotelan di D.I. Yogyakarta mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan berfokus dalam kegiatan sosial sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat. Selain itu terdapat beberapa hal yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan program CSR, diantaranya waktu pelaksanaan, permintaan yang berlebihan, dana, ketidaksediaan objek sasaran akan CSR yang *sustainable*. Penelitian ini memiliki kesamaan subyek yang dipilih dengan penelitian yang akan dilakukan. Terdapat beberapa poin yang menjadi tambahan informasi serta data pelengkap untuk penelitian yang akan dilakukan.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Hariya Toni pada tahun 2016 dengan judul “Pesantren Sebagai Potensi Pengembangan Dakwah Islam”. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui potensi pesantren sebagai tempat pengembangan dakwah islam. Pesantren mempunyai tujuan menciptakan dan mengembangkan kepribadian muslim yaitu kepribadian yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, bermanfaat bagi masyarakat atau berkhidmat kepada masyarakat dengan jalan menjadi kaula atau abdi masyarakat yaitu sebagai pelayan masyarakat

¹³ Adisty Ayu Apsari dkk, 2012, Perspektif Pelaku Bisnis Perhotelan di D.I. Yogyakarta terhadap CSR, Jurnal Komunikasi, Vol. 7 No. 1

sebagaimana kepribadian Nabi Muhammad. Kesimpulan dari penelitian ini mendapatkan beberapa kemungkinan yang akan muncul ketika pengembangan pesantren ditujukan untuk pembangunan bangsa dan masyarakat, diantaranya ; 1) Pesantren sebagai pusat pengembangan potensi dakwah santri untuk masyarakat dan menata lingkungan sosial tatkala selesai mondok. 2) Pesantren sebagai pusat informasi keislaman, dalam mana masyarakat bisa mendapatkan produk-produk tertentu. 3) Pesantren sebagai tempat forum rembuk tokoh, dimana masyarakat bersama kyai dapat berusaha menyelesaikan masalah-masalah sosial budaya. 4) Pesantren sebagai pusat berbagi ilmu, dalam mana masyarakat datang ke pesantren untuk mencari ilmu-ilmu agama. 5) Pesantren sebagai tempat wisata keluarga, pesantren dikembangkan untuk menjadi tempat wisata keluarga yang mana masyarakat akan memperoleh informasi-informasi kegamaan dan pesantren itu sendiri. Terdapat beberapa poin yang dapat diambil dari penelitian ini untuk menjadi tambahan informasi dan data pelengkap penelitian yang akan dilakukan.¹⁴

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Abdul Rohamn pada tahun 2010 dengan judul “Potret *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Media”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui gambaran fenomena CSR di media cetak. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif yang dilakukan 10 bulan di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan 6 obyek penelitian yang semuanya merupakan media cetak diantaranya Harian Kompas, Republika, Kedaulatan Rakyat,

¹⁴ Hariya Toni, 2016, Pesantren Sebagai Potensi Pengembangan Dakwah Islam, Jurnal Dakwah dan Komunikasi STAIN Curup, Vol. 1 No. 1

Bernas Jogja, Majalah Tempo, dan Majalah Marketing Mix. Hasil dari penelitian ini adalah isu CSR yang diteliti tidak pernah muncul di halaman *headline*, halaman pertama *non-headline*, maupun menjadi foto *headline*. Dengan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwasannya isu CSR belum dianggap penting oleh media. Terdapat lima isu besar mengenai CSR yang sering dipilih oleh penyelenggara CSR, yaitu donasi 21.24%, pendidikan dan lingkungan 12.68%, kesehatan 12.39%, pemberdayaan masyarakat 10.32%. Donasi menjadi isu yang paling banyak dipilih oleh penyelenggara CSR menunjukkan bahwasannya program CSR dipahami sebagai kegiatan amal dan kedermawanan (*charity/philantrophy*). Penelitian ini memiliki kesamaan subyek dengan penelitian yang akan dilakukan, selain itu terdapat beberapa poin yang dapat menjadi informasi dan data tambahan guna menjadi pelengkap penelitian yang akan dilakukan.¹⁵

Penelitian sebelumnya juga sudah dilakukan oleh Hasan Bastomi pada tahun 2016 dengan judul “Dakwah Bil Hikmah Sebagai Pola Pengembangan Sosial Keagamaan Masyarakat”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui metode dakwah bil hikmah sebagai salah satu pola untuk mengembangkan sosial keagamaan pada masyarakat. Dari penelitian ini didapatkan hasil diantaranya 1) Agama Islam merupakan agama dakwah yang menugaskan umatnya untuk mensyiarkan dan menyebarkan Islam dimanapun dan kapanpun serta dalam keadaan bagaimanapun. 2) Teknik Dakwah Al-Hikmah merupakan kemampuan da’i dalam menyelaraskan

¹⁵ Abdul Rohman, 2010, Potret *Corporate Social Responsibility* di Media, Jurnal Komunikasi, ISSN: 1907-848X Vol. 4 No.2

dakwah dengan kondisi mad'u. 3) Al-Hikmah merupakan sistem yang menyatukan kemampuan teoritis dan praktis dalam dakwah. 4) Kegiatan pengembangan masyarakat Islam melalui dakwah bil hikmah terdiri dari kegiatan berupa transformasi dan pelebagaan ajaran Islam ke dalam realitas Islam. 5) Gambaran dakwah bil hikmah dapat dilakukan oleh mereka yang disebut *ulil ilmi* dan *ulil albab*. Penelitian ini dan penelitian yang akan dilakukan mempunyai kesamaan dalam pemilihan subyek yaitu dakwah. Terdapat beberapa poin yang bisa menjadi tambahan informasi untuk melengkapi penelitian yang akan dilakukan.¹⁶

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Meilanny Budiarti S. Dan Santoso Tri Raharjo pada tahun 2016 dengan judul “*Corporate Social Responsibility (CSR)* dari Sudut Pandang Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pandangan sebuah perusahaan terhadap kegiatan CSR. Dari penelitian ini mendapatkan hasil bahwasannya CSR dipandang sebagai kegiatan yang harus dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak sosial, ekonomi dan lingkungan yang ditimbulkan dengan adanya perusahaan tersebut. Namun masyarakat belum siap berkomitmen untuk bermitra dengan perusahaan dalam rangka kegiatan CSR. Sehingga banyak program CSR yang diarahkan untuk pemberdayaan masyarakat namun berhenti ditengah jalan karena kendala teknis menjadi kendala utama. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam pemilihan subyek. Selain itu banyak informasi dan data mengenai CSR yang dapat diambil dari

¹⁶ Hasan Bastomi, 2016, *Dakwah Bil Hikmah Sebagai Pola Pengembangan Sosial Keagamaan Masyarakat*, Jurnal Dakwah, Vol. 36 No.2 EISSN: 2581-236X

penelitian ini sebagai informasi tambahan dan data tambahan untuk pelengkap penelitian yang akan dilakukan.¹⁷

Penelitian lain dilakukan oleh Aswad Ishak dan Adhianty Nurjanah pada tahun 2015 dengan judul “Komunikasi CSR Program CSR Rumah Srikandi PT Sari Husada Yogyakarta kepada Stakeholder”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah aktivitas yang dilakukan *public relation* dalam mengkomunikasikan program CSR PT Sari Husada Yogyakarta kepada *stakeholder* internal maupun eksternal. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat dan karakter yang khas dari kasus yang diteliti. Dari hasil penelitian diketahui bahwa PT Sari Husada Yogyakarta dalam menjalankan program CSR Rumah Srikandi bekerjasama dengan PKPU Yogyakarta untuk pengelolaannya. Kegiatan CSR ini dikomunikasikan melalui media sosial online yang juga ditunjang oleh siaran pers untuk media massa serta pembuatan buletin. Namun kegiatan komunikasinya belum menunjukkan efektivitas karena persoalan sumberdaya manusia pengelolanya belum memadai dari sisi kemampuannya. Penelitian ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu pemilihan subyek dalam penelitian yaitu CSR. Namun juga terdapat perbedaan yaitu obyek penelitian ini mengambil tentang teknis kegiatan CSR dari

¹⁷ Meilanny Budiarti S dkk, 2016, *Corporate Social Responsibility (CSR) Dari Sudut Pandang Perusahaan*, Jurnal Unpad, Vol. 4 No.1

suatu perusahaan tertentu. Terdapat poin-poin yang menjadi data tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan.¹⁸

B. Kerangka Teori

1. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan / *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Definisi CSR

Menurut Wineberg dan Rudolph, mendefinisikan CSR sebagai berikut:

“The contribution that a company makes to society through its core business activities, its social investment and philanthropy programs, and its engagement in public policy.”¹⁹

Selanjutnya, definisi CSR juga dijabarkan oleh *World Business Council and Sustainability Development* (WBCSD) yaitu :

“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.”²⁰

Selain WBCSD, definisi CSR juga dikemukakan dalam

website www.csr-asia.com sebagai berikut :

¹⁸ Aswad Ishak dkk, Komunikasi CSR Program CSR Rumah Srikandi PT Sari Husada Yogyakarta Kepada Stakeholder, Fakultas Sastra dan Budaya Universitas Ahmad Dahlan, Vol. 3 No. 1 ISSN: 23389176,2015.

¹⁹ Wineberg,2004;72 tercantum dalam Bing Bedjo Tanundjaja, 2006, Perkembangan Corporate Responsibility Social di Indonesia, Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra, Vol.8 No.2

²⁰ WBCSD, 1999, tercantum dalam Meilanny Budiarti S dkk, 2016, Corporate Responsibility Social dari Sudut Pandang Perusahaan, Jurnal Unpad Vol. 4 No. 1

“A company’s commitment to operating in an economically, socially, and environmentally sustainable manner while balancing the interests of the diverse stakeholders.”²¹

Maka dari definisi-definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai definisi CSR adalah sebuah perhatian dari perusahaan dengan prinsip sukarela atas efek sosial, ekonomi dan lingkungan karena aktivitas bisnis yang dijalankan untuk membantu kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat.

b. Tujuan CSR

Tujuan CSR antara lain²² :

- 1) Untuk meningkatkan citra perusahaan dan mempertahankannya.
Secara implisit, perilaku perusahaan di asumsikan baik secara fundamental.
- 2) Untuk membebaskan akuntabilitas organisasi atas dasar asumsi adanya kontrak sosial diantara organisasi dan masyarakat.
- 3) Sebagai perpanjangan dari pelaporan keuangan tradisional yang tujuannya untuk memberikan informasi pada investor.

c. Model CSR

Terdapat empat model CSR yang sering diterapkan oleh perusahaan di Indonesia, yaitu :

²¹ www.csr-asia.com, diakses pada 25 April 2018 pukul 19.41 WIB

²² Rosmasita:2007 dalam Bagus Prio Prasajo, 2011, “Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tingkat Pelaporan Corporate Social Responsibility”, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang

1) Keterlibatan Langsung

Dalam model ini, perusahaan langsung menjalankan sendiri kegiatan sosial ataupun menyerahkan langsung sumabangan dari perusahaan ke masyarakat tanpa perantara. Dalam menjalankan kegiatan ini, biasanya sebuah perusahaan menugaskan pejabat senior atau yang menjadi bagian dari pejabat *public relation*.²³

2) Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan.

Model ini mengadopsi model perusahaan di negara maju. Yaitu dengan membuat yayasan yang menjadi anak perusahaan dari perusahaan penyelenggara CSR. Biasanya perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi untuk kegiatan yayasan.²⁴

3) Bermitra dengan Pihak Lain.

Pada model ini, perusahaan penyelenggara CSR melakukan kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non-pemerintah, instansi pemerintah, universitas, media masaa. Kerjasama ini baik dalam bentuk pengelolaan dana untuk

²³ Bing Bedjo Tanudjaja, Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, *NIRMANA: Jurnal Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra*, Vol 8 No 2, Juli 2006

²⁴ *Ibid.*

kegiatan CSR atau kerjasama dalam penyelenggaraan kegiatan sosialnya.²⁵

4) Mendukung atau Bergabung Dalam Suatu Konsorsium.

Pada model ini, perusahaan turut ikut dalam mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Model ini lebih berorientasi pada hibah perusahaan yang sifatnya hibah pembangunan.²⁶

d. Kategori CSR

Terdapat enam kategori program CSR, diantaranya²⁷ :

1) *Cause Promotion*

Kategori pertama ini perusahaan dana lainnya yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap masalah sosial.

2) *Cause Related Marketing (CRM)*

Dalam kategori ini, perusahaan memiliki komitmen untuk menyumbangkan prosentase tertentu dari penghasilan perusahaan untuk kegiatan sosial berdasarkan besarnya penjualan produk.

²⁵ Bing Bedjo Tanudjaja, Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, *NIRMANA: Jurnal Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra*, Vol 8 No 2, Juli 2006

²⁶ Saidi (2004:64-65) tercantum dalam Bing Bedjo Tanudjaja, Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia, *NIRMANA: Jurnal Jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra*, Vol 8 No 2, Juli 2006

²⁷ Kotler dan Lee (2006) dalam Nova, Frisan. 2012. *Re Public Relations*. Jakarta: Media Bangsa, hlm 320-321, tercantum dalam Adisty Ayu Apsari dkk, "Perspektif Pelaku Bisnis Perhotelan di D.I. Yogyakarta terhadap CSR", *Jurnal Komunikasi*, Vol. 7 No. 1, Oktober 2012.

3) *Corporate Social Marketing*

Pada kategori ini, pelaksanaan program CSR cukup sederhana. Perusahaan mengembangkan atau melaksanakan kampanye untuk merubah perilaku masyarakat dengan tujuan mendorong perubahan perilaku pada masyarakat.

4) *Corporate Philantrophy*

Perusahaan memberikan bantuan langsung dalam bentuk derma untuk kalangan masyarakat tertentu. Pemberian bantuan ini dapat berupa bantuan tunai, paket bantuan atau pelayanan yang bersifat cuma-cuma.

5) *Community Volunteering*

Perusahaan mendorong dan mendukung pihak internal untuk secara sukarela menyisihkan waktu guna membantu organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran penyelenggaraan CSR.

6) *Socially Responsible Business Practice*

Pada kategori ini, perusahaan melakukan aktivitas bisnis yang melampaui dari yang diwajibkan oleh hukum serta melakukan investasi untuk mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan komunitas serta memelihara lingkungan hidup.

e. Tahapan Pelaksanaan CSR

Terdapat empat tahap dalam pelaksanaan program CSR, diantaranya²⁸ :

1) Tahap Pertama

Tahapan pertama ini adalah tahapan awal dari sebuah pelaksanaan program CSR. Tahapan ini dimulai dengan melihat dan menilai kebutuhan masyarakat dengan cara mengidentifikasi masalah yang terjadi serta mencari solusi yang tepat.

2) Tahap Kedua

Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat dan mendapatkan solusi yang tepat, dibutuhkan rencana aksi beserta anggaran, jadwal, indikator evaluasi, dan sumber daya yang diperlukan bagi perusahaan.

3) Tahap Ketiga

Tahap ketiga adalah melakukan monitoring kegiatan melalui kunjungan langsung.

4) Tahap Keempat

Tahap terakhir ini adalah melakukan evaluasi secara reguler dan melakukan pelaporan agar menjadi panduan

²⁸ Lina Anatan, "Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktis di Indonesia", *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*, Universitas Kristen Maranantha, Vol. 8 No. 2, 2009

strategi dan pengembangan untuk program selanjutnya. Evaluasi juga dilakukan dengan membandingkan hasil evaluasi internal dan hasil evaluasi eksternal.

2. Dakwah

a. Definisi Dakwah

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Dalam Jaringan, Dakwah didefinisikan sebagai penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat berupa seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.²⁹

Dalam Al-Quran Allah SAW telah memberikan perintah kepada kaum muslimin untuk mendakwahi manusia agar mau berbuat kebajikan melakukan amar ma'ruf nahi munkar berupa “kontrol sosial”. Dalam hadist riwayat Ibnu Majah juga terdapat perintah Rasulullah kepada kaum muslimin untuk memberitakan serta menyampaikan pesan Rasulullah SAW walaupun sedikit, satu ayat saja.³⁰

Selanjutnya Muhammad Hadlar al-Husain mendefinisikan dakwah sebagai berikut

²⁹ www.kbbi.kemdikbud.go.id, diakses pada 26 April 2018 pk1 22.42 WIB

³⁰ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2013, hal 10

Yang dimaksud dakwah ialah mendorong manusia untuk beraktivitas positif sekaligus mengarahkan mereka terhadap jalan yang sesuai dengan ajaran agama, juga menghalangi mereka dari berbagai aktivitas yang bersifat negatif, sedangkan tujuan utamanya ialah mengantarkan mereka kepada kebahagiaan saat ini dan kelak.³¹

Sementara itu, Muhammad al-Ghazali mendefinisikan dakwah sebagai berikut :

Dakwah materi-materi yang mencakup pengetahuan positif yang dibutuhkan oleh manusia, supaya mengerti atas tujuan sesungguhnya dalam kehidupan mereka, dan agar terbuka bagi mereka petunjuk-petunjuk yang dapat mengantarkan mereka pada jalan yang benar.³²

Para Ulama juga memberikann definisi dakwah dengan berbagai macam definisi dakwah, diantaranya Masdar Helmy mendefinisikan dakwah adalah

Mengajak dan menggerakkan manusia mentaati ajaran Islam termasuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar untuk bisa memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.³³

Kemudian ulama lain A.Hasymi mendefinisikan dakwah sebagai berikut

Mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.³⁴

³¹ Hadlar al-Husain (t.t :17) tercantum dalam Muhammad Barmawi, Aktualisasi Dakwah Islam:Kajian Analisis Formulasi Dakwah Rasulullah, *RELIGIA ISSN 1411-1632 Jurnal STAIN Pekalongan*, Vol. 19 No. 2, Oktober 2016

³² Al-Ghazali (t.t.,17) tercantum dalam Muhammad Barmawi, Aktualisasi Dakwah Islam:Kajian Analisis Formulasi Dakwah Rasulullah, *RELIGIA ISSN 1411-1632 Jurnal STAIN Pekalongan*, Vol. 19 No. 2, Oktober 2016

³³ Abdurrazaq, Analisis Pesan Dakwah dalam Karya Sastra: Studi atas Publikasi Novel-Novel Islami Karya Habiburrahman El-Shirazy, *INTIZAR Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah*, Vol.19 No. 2, 2013

Dari definisi dakwah diatas, dapat ditarik kesimpulan mengenai definisi dakwah yaitu aktivitas menyeru dan mengajak orang lain untuk beraktivitas positif yang sesuai dengan ajaran agama dengan mengamalkan aqidah dan syariah Islam yang sudah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.

b. Hukum Dakwah

Sebagai tonggak kehidupan Islam, dakwah menjadi perbincangan serius di dalam literatur klasik. Perintah dakwah dapat dilihat dari dalil naqli tentang dakwah berikut ini

Q.S An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝ ١٢٥

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Q.S An-Nahl:125)

³⁴ Abdurrazaq, Analisis Pesan Dakwah dalam Karya Sastra: Studi atas Publikasi Novel-Novel Islami Karya Habiburrahman El-Shirazy, *INTIZAR Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah*, Vol.19 No. 2, 2013

Dalam ayat diatas terdapat penggalan ayat yang berbunyi **وَجِدْلُهُمْ** **وَجِدْلُهُمْ** **وَجِدْلُهُمْ** yang artinya “dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”. Menurut Tafsir Ibnu Katsir, maksud dari penggalan ayat diatas adalah dalam rangka menyeru mereka diperlukan perdebatan dan bantahan. Maka hendaklah hal ini dilakukan dengan cara yang baik, yaitu dengan lemah lembut, tutur kata yang baik, serta cara yang bijak.

Q.S Ali Imran ayat 104

وَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”
(Q.S Ali Imran: 104)

Q.S At-Taubah ayat 71

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَٰئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ٧١

“Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma’ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah;

sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana” (Q.S At-Taubah: 71)

Q.S Fushilat ayat 33

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ۝۳۳

“Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri"”(Q.S Fushilat”33)

Q.S Ali Imran ayat 110

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ۝۱۱۰

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik” (Q.S Ali Imran: 110)

Q.S Al-Anfaal ayat 25

وَاتَّقُوا فِتْنَةً لَا تُصِيبَنَّ الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْكُمْ خَاصَّةً وَعَلِّمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۝۲۵

“Dan peliharalah dirimu dari pada siksaan yang tidak khusus menimpa orang-orang yang zalim saja di antara kamu. Dan ketahuilah bahwa Allah amat keras siksaan-Nya” (Q.S Al-Anfaal:25)

Q.S Yusuf ayat 108

فُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

١٠٨

“Katakanlah: "Inilah jalan (agama)ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujjah yang nyata, Maha Suci Allah, dan aku tiada termasuk orang-orang yang musyrik””(Q.S Yusuf: 108)

Q.S Al-An'am ayat 90

أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ فَبِهِدَاهُمُ اقْتَدِهٖ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنِّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِّلْعَالَمِينَ ٩٠

“Mereka itulah orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah, maka ikutilah petunjuk mereka. Katakanlah: "Aku tidak meminta upah kepadamu dalam menyampaikan (Al-Quran)". Al-Quran itu tidak lain hanyalah peringatan untuk seluruh ummat” (Q.S Al-An'am: 90)

Dalam argumentasi pakar menyatakan bahwa hukum dakwah adalah *fardlu kifayah*, hal ini didasari pada kata *minkum* di dalam surat Ali Imran ayat 104 bukan mengandung makna *tabyin* namun lebih cenderung kepada makna *li al-Tab'idl* atau bermakna sebagian.³⁵

³⁵ Abdurrazaq, Analisis Pesan Dakwah dalam Karya Sastra: Studi atas Publikasi Novel- Novel Islami Karya Habiburrahman El-Shirazy, *INTIZAR Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah*, Vol.19 No. 2, 2013

Maka dari itu, sudah jelas bahwasannya hukum melakukan dakwah adalah wajib bagi seluruh umat Islam. Karena sudah jelas tercantum di dalam Al-Quran seruan untuk melakukan dakwah bagi setiap muslim yang ada di dunia.

c. Tujuan Dakwah

Jamaludin Kafie mengklasifikasikan tujuan dakwah dalam beberapa tujuan, diantaranya³⁶ :

1) Tujuan Hakiki

Yaitu mengajak manusia untuk mengenal dan mempercayai Tuhannya sekaligus mengikuti jalan petunjuk-Nya.

2) Tujuan Umum

Yang dimaksud tujuan umum ini adalah menyeru dan mengajak manusia untuk mengindahkan dan memenuhi seruan Allah dan Rasul-Nya.

3) Tujuan Khusus

Berusaha membentuk suatu tatanan masyarakat Islam yang utuh atau *kaffah*.

Berbeda dengan Jamaludin Kafie, Abdul Rosyad Saleh membagi tujuan dakwah dalam dua bagian, yaitu tujuan utama dan tujuan departemental³⁷

³⁶ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah: Bidang Studi dan Bahan Acuan* (Surabaya:Offset Indah, 1993), hlm 66 tercantum dalam Iftitah Jafar, Tujuan Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran, *MIQOT Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin*, Vol. 34 No. 2 Desember 2010

- 1) Tujuan utama adalah terwujudnya dan kesejahteraan hidup di dunia maupun di akhirat yang diridhai oleh Allah SWT.
- 2) Tujuan departemental adalah nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan sesuai dengan bidangnya dan diridhai oleh Allah SWT.

Tujuan dari dakwah juga tercantum dalam Al-Quran, diantaranya Q.S At-Tahrim ayat 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ ٦

“Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan” (Q.S At-Tahrim:6)

Q.S At Taubah ayat 122

﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَآفَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ١٢٢﴾

“Tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara

³⁷ A. Hasyimi, *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1994), hlm 18 tercantum dalam Iftitah Jafar, Tujuan Dakwah Dalam Perspektif Al-Quran, *MIQOT Jurnal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alaudin*, Vol. 34 No. 2 Desember 2010

mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya” (Q.S Asy Syuara:122)

Q.S Ali Imran ayat 28

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَإِنَّهُ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاتُوا وَيَحْذَرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ ٢٨

“Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali(mu)” (Q.S Ali Imran:28)

d. Metode Dakwah

Terdapat tiga metode yang sering digunakan dalam melaksanakan dakwah, diantaranya :

1) Metode *Bil Hikmah*

Mengenai metode dakwah, Allah berfirman dalam Q.S An-Nahl ayat 125 yang berbunyi

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Q.S An-Nahl:25)

Dalam ayat diatas terdapat penggalan ayat yang berbunyi *وَجِدْلُهُمْ بِأَلْسِنَةٍ حَسَنَةٍ* yang artinya “dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”. Menurut Tafsir Ibnu Katsir, maksud dari penggalan ayat diatas adalah dalam rangka menyeru mereka diperlukan perdebatan dan bantahan. Maka hendaklah hal ini dilakukan dengan cara yang baik, yaitu dengan lemah lembut, tutur kata yang baik, serta cara yang bijak.³⁸

Ayat diatas menerangkan mengenai seruan untuk berdakwah menggunakan metode *bil hikmah*. Kata hikmah dapat diartikan sebagai sesuatu yang bila diperhatikan atau digunakan akan menghalangi terjadinya mudharat atau kesulitan yang lebih besar atau mendatangkan kemaslahatan serta kemudahn yang lebih besar.³⁹

³⁸ Software Tafsir Ibnu Katsir

³⁹ Waryono Abdul Ghafur, Dakwah Bil Hikmah di Era Informasi dan Globalisasi, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 34 No. 2, Desember 2014

Maka definisi dakwah *bil hikmah*⁴⁰ terbagi dalam 5 definisi, diantaranya 1) dakwah yang mampu memandu masyarakat dalam menapak jejak kemuliaan hidup serta peradaban yang tinggi, maka dari itu manusia akan lebih bermartabat (*akramal akramin*). 2) Metode dakwah *bil hikmah* merupakan salah satu metode dakwah yang mampu memotivasi dan memfasilitasi masyarakat untuk hidup teratur serta menjauhi polusi yang dapat merusak nuraninya. 3) dakwah yang menghasilkan produk kebudayaan yang tinggi. 4) dakwah yang mampu menjembatani kesenjangan diametral antar berbagai orientasi. 5) dakwah yang menjadi solusi bukan malah menjasi polusi serta dapat mengimbangi berbagai tawaran informasi non-dakwah.

2) Metode *Mauidhoh Hasanah*

Dalam perspektif bahasa atau etimologi *mauidzhoh hasanah* terdiri dari dua kata yaitu *mauidhoh* dan *hasanah*. Kata *mauidhoh* berasal dari kata *wa'adza, ya'idzu, wa'adzan, 'idzatan* yang mempunyai arti nasihat, bimbingan, pendidikan dan peringatan. Selanjutnya kata *hasanah* mempunyai arti kebaikan yang juga merupakan kebalikan dari *sayyi'ah* yang artinya kejelekan.⁴¹

⁴⁰ Waryono Abdul Ghafur, Dakwah Bil Hikmah di Era Informasi dan Globalisasi, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 34 No. 2, Desember 2014

⁴¹ Ma'luf. Lois, *Munjid fi al- lughah wa A'lam*, (Beirut: Dar Fikr, 1986) tercantum dalam Ni'matul Afiyah, 2016, Dakwah Mauidhoh Hasanah Dalam Mengurangi Tingkat Kecemasan Primigravida Menghadapi Persalinan di Rumah Sakit Muhammadiyah Darul Istiqomah Kendal, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Walisongo, Semarang

Selanjutnya metode *mauidhoh hasanah* dapat diartikan sebagai metode dakwah dengan cara memberikan nasihat, bimbingan mengenai nilai Islam dalam kehidupan.⁴²

3) Metode *Mujadalah*

Dari segi bahasa *mujadalah* berasal dari kata “*jadala*” yang bermakna memintal, melilit. Jika ditambahkan huruf *alif* pada huruf *jim* yang mengikuti wajan *faa’ala* menjadi bermakna berdebat, apabila menjadi *mujadalah* berarti perdebatan.⁴³ Secara istilah *mujadalah* menurut Ali al-Jarisyah yaitu upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhan di antara keduanya.⁴⁴

4) Metode *Bilhal*

Dakwah *Bilhal* merupakan dakwah yang menggunakan perbuatan atau keteladanan sebagai pesannya. Didalam bukunya, Drs Kustadi Suhandang menjelaskan maksud dari menggunakan perbuatan atau keteladanan sebagai pesan dakwah adalah bentuk upaya pemberantasan kemungkaran secara langsung maupun langsung

⁴²Quraish Shihab, *Tafsir al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Quran* (Jakarta: Lentera Hati, 2007), hlm. 385 tercantum dalam Yuliyatun Tajuddin, Walisongo Dalam Strategi Komunikasi Dakwah, *ADDIN*, Vol. 8 No. 2, Agustus 2014

⁴³Ahmad Warson al-Munawwir, *Kamus Besar Bahasa Arab*, (Jakarta: Pustaka Progresif, 1997) hlm 175 tercantum dalam Dedeh Mahmudah, 2008, “Efektivitas Metode Dakwah Mauidhoh Hasanah Dalam Pembinaan Akhlak Santri At-Taqwa Putra Bekasi”, Fakultas Dakwah dan komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

⁴⁴Irzum Farihah, Membangun Solidaritas Sosial Melalui Dakwah Mujadalah, *AT-TABSIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.3 No.1 Juni 2015

menegakkan kebaikan seperti membangun masjid, sekolah atau apa saja yang mudah dikerjakan dan bersifat mewujudkan pelaksanaan syariat Allah SWT. Pada hakikatnya, Dakwah *Bilhal* merupakan “dakwah diam”, karena melakukan dakwah secara diam-diam yang bertujuan untuk langsung mengajak orang lain untuk berbuat kebaikan. Sehingga orang lain dapat lebih mudah memahami untuk meniru atau mengikuti apa yang telah dicontohkan.⁴⁵

⁴⁵ *Ibid..hal. 98.*