

Implementasi CSR: Pendekatan Tri Hita Karana dalam Moderasi Beragama pada Bank BPD Bali Cabang Mataram

Ni Luh Putu Anom Pancawati*

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Abstract

In line with the development of business requires business actors to create conducive and competitive business competition related to their finances. Apart from that, to build a company's reputation that is influential in the environmental and social fields which have an impact on the economy of business entities, the company has started to carry out social activities known as Corporate Social Responsibility (CSR). These social activities are carried out on the basis that humans cannot carry out their business activities optimally if they do not pay attention to the balance of the surrounding aspects (triple bottom line), which consists of profit, people, planet. In the teachings of Tri Hita Karana the concept consists of Parahyangan, Palemahan and Pawongan. The three components aim to maintain harmonious relations, including relations between people in the concept of religious moderation. This study aims to determine the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) programs in terms of the concept and approach of Tri Hita Karana in religious moderation and its disclosure at the Mataram branch of Bank BPD Bali. The research method uses a qualitative approach. The results show that the implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) in the form of corporate philanthropy, cause related marketing, corporate societal marketing, cause promotions and community volunteering has used the Tri Hita Karana concept and approach and views religious moderation as a must for mutual respect and respect both in the environment economic and social so as to improve business performance.

Keywords: CSR; religious moderation; triple bottom line; tri hita karana

Abstrak

Sejalan dengan berkembangnya bisnis menuntut para pelaku usaha untuk menciptakan persaingan usaha yang kondusif dan kompetitif terkait keuangannya. Selain itu untuk membangun reputasi perusahaan yang berpengaruh di bidang lingkungan dan sosial yang berdampak pada ekonomi entitas usaha, maka perusahaan mulai melakukan aktivitas-aktivitas sosial yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kegiatan sosial tersebut dilakukan atas dasar bahwa manusia tidak dapat melakukan aktivitas usahanya dengan optimal jika tidak memperhatikan keseimbangan aspek disekitarnya (*triple bottom line*) yang terdiri dari *profit, people, planet*. Dalam ajaran Tri Hita Karana konsep tersebut terdiri dari *Parahyangan, Palemahan* dan *Pawongan*. Ketiga komponen tersebut bertujuan untuk menjaga hubungan harmonis termasuk dalam hubungan antarumat dalam konsep moderasi beragama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditinjau dari konsep dan pendekatan Tri Hita Karana dalam moderasi beragama serta pengungkapannya pada Bank BPD Bali cabang Mataram. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil menunjukkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam bentuk *corporate philanthropy, cause related marketing, corporate*

* Penulis korespondensi. anompancawati19@iahn-gdepudja.ac.id

societal marketing, *cause promotions* dan *community volunteering* telah menggunakan konsep dan pendekatan Tri Hita Karana dan memandang moderasi beragama merupakan keharusan untuk saling menghargai dan menghormati baik di lingkungan ekonomi maupun social sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha.

Kata Kunci: CSR; moderasi beragama; *triple bottom line*; tri hita karana

PENDAHULUAN

Perubahan serta progress ekonomi di masa ini mengharuskan setiap perusahaan untuk menerapkan berbagai strategi untuk dapat mempertahankan keberlangsungan usaha mereka. Transformasi lingkungan yang begitu pesat akibat penggunaan teknologi yang masif di berbagai bidang khususnya ekonomi terkadang memberikan pengaruh terhadap iklim usaha yang dijalankan, hal tersebut tentunya menempatkan manajemen perusahaan harus cepat adaptif dengan perubahan-perubahan tersebut, tentunya hal tersebut bisa saja dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha yang dijalankan untuk dapat tetap berkembang secara berkelanjutan (*sustainable*). Untuk dapat bertahan dan bertumbuh secara terus menerus, selain memperhatikan aspek keuangan, penting juga bagi perusahaan untuk mencermati sisi sosial dan lingkungannya. Keberadaan, peran serta partisipasi masyarakat dapat memberikan kontribusi yang positif bagi operasional usaha, sehingga perusahaan harus berupaya dalam setiap rentang waktu siklus bisnisnya mampu memberikan manfaat yang potensial bagi masyarakat sesuai dengan kebutuhan yang mereka butuhkan (Sufyati, 2018).

Konsep yang berfokus pada tindakan yang berawal dari pertimbangan etis perusahaan atas tanggung jawab social dimana perusahaan tersebut beroperasi yang bertujuan meningkatkan ekonomi serta menjaga keberlangsungan perusahaan dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, hal tersebut berawal dari munculnya ISO 26000 yang memberikan pandangan bahwa tanggung jawab social bukan hanya semata-mata tanggung jawab milik korporasi saja namun juga merupakan tanggung jawab seluruh pihak baik dalam bentuk lembaga privat atau pun publik, entitas maupun individu, organisasi yang focus terhadap pencapaian laba atau pun perusahaan nirlaba (Pramiana & Anisah, 2018). *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah salah satu strategi perusahaan dalam mengintegrasikan program dan bantuan social kedalam operasi bisnis serta lingkungan interaksi mereka dengan *stakholdernya* berdasarkan prinsip sukarela dan kemitraan (Purwadi, 2017). Kegiatan tersebut identik dengan pemberian (*charity*), kedermawanan (*philanthropy*), relasi kemasyarakatan (*public relations*) dan pemberdayaan masyarakat (*community development*) yang dilakukan perusahaan sebagai wujud pengembalian (*giving back*) atas keberhasilan pencapaian perusahaan (Sufyati, 2018). Kesuksesan yang diraih dalam berbisnis tidak terlepas dari peran komunitas serta factor alam yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan. Keseimbangan serta keharmonisan antara keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*) serta lingkungan alam (*planet*) memberikan spirit serta motivasi yang saling mempengaruhi atas keberlangsungan serta keberlanjutan usaha yang dijalankan. Prinsip yang saling mendukung terlaksananya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dikenal dengan istilah *triple bottom line* yaitu *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice* (Purwadi, 2017).

Semakin meningkatnya pengetahuan serta kesadaran masyarakat mengenai kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan menuntut perusahaan untuk lebih memperhatikan tanggungjawab social dalam praktik bisnis mereka. Pemerintah Indonesia mengatur secara khusus mengenai kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui regulasi pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseoran Terbatas, serta Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Pasal 15 (b) dan Pasal 16 (d) yang mengkaji tentang Penanaman Modal (D. S. Saputra & Muhtarom, 2020). Kedua peraturan tersebut menjelaskan bahwa ketika perusahaan melakukan kegiatan bisnis terkait dengan pemanfaatan sumberdaya alam wajib untuk

mengemban tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam model akuntansi keberlanjutan, metode *Natural Capital Inventory Accounting* memberikan perhatian serius terhadap keberadaan dan ketersediaan modal alam (*natural capital*) sebagai pengantar yang selalu ada (Lubis, 2017). Pelaporan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh setiap entitas bisnis mulai mengalami perubahan, yang awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) meningkat menjadi mandatory untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Bentuk tanggung jawab usaha yang mempunyai tujuan untuk menciptakan kesejahteraan tidak lagi hanya berdasar pada nilai perusahaan yang tercermin melalui posisi keuangan saja (*single bottom line*), namun telah berpedoman pada *triple bottom line* dengan mempertimbangkan sisi aspek sosial dan lingkungan. Konsep tersebut berkembang dikarenakan kesadaran akan pertumbuhan dan perkembangan bisnis perusahaan yang harus terus berkelanjutan (*sustainable*) yang berawal hanya terfokus pada kesehatan keuangan, pencapaian keuntungan tetapi sekarang harus memperhatikan dimensi sosial, hak-hak asasi manusia dan lingkungan hidup.

Kepedulian perusahaan berdasar prinsip *Triple Bottom Line* mencakup tiga aspek penting yaitu (Dewi, 2020): *Profit*, dimana perusahaan harus fokus pada perolehan laba usaha yang memungkinkan kannya untuk terus beroperasi dan berkembang, *People* terkait dengan bisnis yang dijalankan perusahaan wajib memperhatikan kesejahteraan individu di sekitarnya dan *Planet* berupa kepedulian perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak merusak alam serta tetap menjaga keberlangsungan lingkungan. Berdasarkan konsepsi tersebut, perusahaan tidak serta merta hanya mencari keuntungan saja dalam berbisnis namun juga memelihara, memberdayakan, menjaga hubungan serta interaksinya terhadap masyarakat dan lingkungannya.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup enam jenis program yaitu (Solihin, 2009) : *Cause Promotions*; program yang dilaksanakan dengan komunikasi persuasive untuk menciptakan dan meningkatkan kesadaran warga untuk menangani masalah sosial yang berdasarkan data atau angka statistik atau fakta-fakta yang menggugah sehingga mampu menimbulkan perhatian dan pemahaman masyarakat. *Cause Related Marketing*; Rancangan kegiatan ini merupakan komitmen entitas bisnis untuk mendermakan sebagian pendapatannya dalam bentuk persentase tertentu dari omset penjualan yang dicapai bagi aktivitas sosial. Pada umumnya dilaksanakan di waktu dan pada aktivitas social tertentu. Klasifikasi daerah tempat perusahaan berkontribusi tersebut disesuaikan dengan prioritas dan kebutuhan masyarakat serta kemampuan perusahaan (Totok, 2018). *Corporate Societal Marketing*; kegiatan social dengan implementasi dan pengembangan untuk mengubah perilaku masyarakat melalui kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan serta keselamatan masyarakat, melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Corporate Philanthropy*; memberikan donasi langsung kepada masyarakat tertentu baik berupa pembagian uang tunai secara langsung, paket bantuan maupun layanan secara gratis. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih di dominasi dalam bentuk program *philanthropy* seperti bantuan untuk korban bencana alam dan kedermawanan dalam bentuk pemberian beasiswa, operasi katarak dan bibir sumbing (Untung, 2019). *Community Volunteering*; perusahaan memberikan motivasi serta kepedulian kepada karyawan, manajer cabang dan pengecer lainnya untuk secara sukarela mencadangkan waktu mereka untuk membantu organisasi masyarakat dan komunitas lokal yang menjadi target program-program yang dilaksanakan. *Socially Responsible Business Practice*; perusahaan melakukan kegiatan bisnis yang melebihi aktivitas usaha yang ditetapkan dengan legal dan melakukan investasi yang mendukung kegiatan sosial dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.

Meningkatnya tuntutan *responsibilitas* sosial perusahaan mendorong pihak yang berkepentingan untuk focus terhadap peningkatan keunggulan serta keberadaan perusahaan, tidak hanya bagi pemegang saham tetapi juga bagi pelaksana kepentingan lainnya seperti karyawan, pelanggan, pemasok, kreditor dan masyarakat (Sari et al., 2020). Tanggung jawab social tersebut secara tidak langsung mengkaitkan manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki

rasa empati dan simpati serta individu yang tidak dapat hidup sendiri. Ajaran Hindu memiliki filosofi hidup yang luhur tentang menjaga keharmonisan dengan sesama ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, pedoman yang mengajarkan pentingnya menghargai alam serta peduli terhadap seluruh aspek di sekelilingnya untuk dapat hidup berdampingan disebut dengan Tri Hita Karana. Ajaran Tri Hita Karana adalah suatu konsep tentang tiga bentuk koneksi aspek kehidupan harmonis yang dapat menciptakan kebahagiaan serta kesejahteraan bagi umat manusia. Tri Hita Karana bersumber dari bahasa Sansekerta terdiri dari kata “Tri” artinya tiga, “Hita” memiliki arti kebahagiaan dan “Karana” berarti penyebab, sehingga pengertian dari Tri Hita Karana adalah tiga penyebab terciptanya kebahagiaan (Parmajaya, 2018). Tiga hubungan tersebut terdiri dari hubungan harmonis antara manusia dan Tuhan (*parahyangan*), antara manusia (*pawongan*), dan antara manusia dan lingkungan (*palemahan*). Ajaran Tri Hita Karana dalam entitas bisnis bukan terkait dengan pelaporan keuangan atau akuntabilitasnya namun lebih terhadap bagaimana menerapkan bunyi hukum Tuhan dan hak-hak dari lingkungan dapat dipenuhi secara bertanggung jawab. Dalam akuntansi perilaku, mengkaji mengenai *religious effect* yang mengukur perilaku individu didasari atau dimotivasi dari ajaran agama yang diyakini dalam hidupnya, mengandung nilai-nilai doktrin agama yang menjadi tolak ukur keberhasilan dan mampu mengendalikan perilaku seseorang, semakin religiusnya seseorang maka semakin dapat dia mengontrol sikapnya untuk menghindari tindakan tidak etis (K. A. K. Saputra et al., 2018). Interaksi antara individu maupun kelompok merupakan kebutuhan pokok sebagai individu agar dapat bertahan hidup serta menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Kesadaran penuh sebagai insane ciptaan Tuhan yang paling sempurna serta mewujudkan interaksi yang positif terhadap seluruh komponen alam merupakan manifestasi dari rasa syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Hindu meyakini, ketiga elemen tersebut terkait satu dan lainnya dan jika terjalin hubungan yang seimbang dan selaras maka kebahagiaan dan kesejahteraan dapat tercapai.

Kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan alam tanpa membeda-bedakan suku, budaya, etnis, agama, ras, serta latar belakang lainnya dengan tujuan untuk memberikan kesejahteraan secara merata dan menyeluruh merupakan bentuk sikap bertindak adil dan tidak memihak. Dalam moderasi beragama kepedulian yang diberikan kepada sesama ataupun lingkungannya tidak terjebak karena sebuah keyakinan yang ekstrim namun dapat seimbang dalam implementasinya. Moderat mengacu kepada kata sifat dan merupakan kata derivative dari *moderation* yang memiliki arti tidak berlebihan atau sedang, sehingga kalimat moderasi jika disandingkan dengan kata Bergama memiliki pengertian tentang pandangan kita tentang agama, bagaimana mendalami serta mempraktikkan pedoman hidup yang bersumber dari agama, bukan dengan fanatik, sehingga moderasi beragama itu sendiri mampu mengurangi sikap kekerasan dalam praktik keagamaan itu sendiri (Subawa, 2021).

Berbicara moderasi beragama seharusnya mampu dipahami sebagai kewajiban bersama demi pelestarian keserasian dan keharmonisan secara kolektif seluruh komponen bangsa, dimana setiap warga negara terlepas dari berbagai macam budaya, agama serta etnis serta pilihan politiknya harus bersedia mendengarkan serta belajar dengan satu sama lainnya, berlatih untuk dapat mengelola serta mengatasi segala perbedaan yang ada di antara mereka. Keadilan tidak hanya dalam keadaan teoritis saja, tetapi juga dalam kenyataan, terutama dalam aktivitas keseharian, yaitu dalam kehidupan komunitas maupun dalam pelaksanaan kehidupan masing-masing individu. Keadilan dapat berupa berpegang teguh dalam kebenaran dan berada di tengah-tengahnya, tidak memihak pada salah satu kelompok dan mampu menciptakan kondisi yang damai serta dapat bersikap bijak ketika timbul perselisihan. Sikap toleransi, menghargai dan menghormati dapat menjadi kunci untuk menciptakan kedamaian, kerukunan dan keharmonisan dalam hidup beragama. Dengan melihat serta menganalisa kejadian-kejadian disekitarnya, setiap individu diharapkan lebih peka dan toleran untuk dapat beradaptasi terhadap lingkungannya, memberikan bantuan yang dapat membantu sesamanya serta menjaga kelestarian lingkungan hidupnya.

Keberanekaragaman suku, budaya, agama, ras, antar golongan, bahasa dan nilai-nilai hidup yang dimiliki Indonesia merupakan keunikan yang dimiliki bangsa ini. Kelebihan tersebut jika dipandang dari sisi positif merupakan potensi yang dimiliki untuk dapat dikelola dalam meningkatkan persaingan di tingkat global, baik secara ekonomi, pengembangan pengetahuan, kreativitas serta inovasi. Namun sebaliknya jika perbedaan tersebut dijadikan sebagai bibit konflik yang bersumber pada fitnah, kekerasan, eksklusivisme dan egoism maka dapat memunculkan benturan di lingkungan sosial. Munculnya kasus-kasus konflik keagamaan yang menimbulkan gesekan di masyarakat sangat mungkin menimbulkan kerugian bahkan perpecahan antar anak bangsa. Kesadaran penuh atas masyarakat multikultur yang dimiliki, menuntut sikap moderat yang dapat saling menghargai dan menghormati antar sesama. Moderasi harus dapat dimengerti berupa bentuk kewajiban bersama untuk menjaga keseimbangan tertinggi, dimana setiap warga masyarakat apapun latarbelakangnya, budaya, suku, agama dan keputusan politiknya harus dapat saling belajar mendengarkan dan dapat mengatasi perbedaan yang dimiliki (Akhmadi, 2019). Keberagaman tersebut merupakan anugerah yang harus disyukuri bersama menjadi sebuah kekuatan bangsa Indonesia sebagai negara yang majemuk di dunia. Dengan demikian sikap moderasi beragama dapat menjadi jalan tengah bagi keberanekaragaman bangsa Indonesia yang dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan negara baik dari sisi social maupun ekonomi.

Moderasi beragama membutuhkan peran seluruh komunitas untuk dapat menerapkan derajat keseimbangan, kesadaran bahwa setiap insane merupakan ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang mulia serta sempurna diberikan akal dan pikiran sehingga memiliki kemampuan berpikir kreatif, inisiatif serta inovatif, mampu membedakan segala sesuatu yang baik dan benar juga mampu bersikap realistis dalam menghadapi persoalan hidup yang dilalui. Pikiran dapat menimbulkan sikap atau perbuatan manusia untuk berbuat baik ataupun buruk, sehingga pengendalian terhadap pikiran dalam kehidupan keseharian sangatlah penting. Sikap toleransi dan toleran terhadap sesame tidak dapat dipisahkan dari moderasi beragama, menghargai secara substansif antar pemeluk agama, mengemukakan pandangan-pandangan tertentu namun tidak merusak keyakinan umat beragama lainnya merupakan bagian yang penting dalam menjaga kerukunan nasional (Faisal, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditinjau dari konsep dan pendekatan Tri Hita Karana dalam moderasi beragama serta pengungkapannya pada Bank BPD Bali Cabang Mataram.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian menggunakan metode kualitatif untuk mengeksplorasi secara natural atas keadaan objek yang diteliti yang merupakan teknik penelitian deskriptif menggunakan analisis, berhubungan dengan data, menggunakan teori yang ada sebagai bahan pendukung serta membuat teori. Lokasi penelitian menggunakan data perbankan konvensional yaitu Bank BPD Bali cabang Mataram Jl. Pejanggik No. 92 B-D Kel. Pejanggik Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat (NTB). Penelitian menggunakan dua sumber data yaitu data primer berupa hasil wawancara dan data sekunder berupa laporan keberlanjutan (*sustainability report*) Bank BPD Bali Tahun 2020 dan 2021, pemberitaan melalui media online serta artikel ilmiah. Pengumpulan data dengan teknik triangulasi menggunakan berbagai teknik berupa observasi, survei dan dokumentasi.

Pengumpulan data melalui teknik observasi dilakukan dengan mempelajari dan menelaah secara langsung dengan cermat serta seksama untuk menguji serta membuktikan kebenaran dari rancangan penelitian yang dilakukan. Observasi dilakukan dengan teknik struktur maupun tidak terstruktur. Observasi terstruktur dapat menggunakan wawancara terstruktur sebagai panduan sebaliknya jika dilakukan dengan observasi tidak terstruktur dapat memanfaatkan *website* ataupun media sosial yang terkait dengan penelitian yang dilakukan (Fikri et al., 2020). Studi

dokumen digunakan untuk menambah keakuratan informasi di lapangan serta media untuk dapat memverifikasi validitas dari data yang dikumpulkan.

Penelitian ini menggunakan foto sebagai studi dokumentasi lapangan dan studi kepustakaan menggunakan laporan keuangan yang dipublikasi berupa laporan keberlanjutan (*sustainability report*) Bank BPD Bali Tahun 2020 dan 2021 serta artikel-artikel ilmiah yang mendukung penelitian ini. Terkumpulnya data selanjutnya dibandingkan, dicari persamaan serta perbedaannya kemudian ditarik benang merahnya dan dirumuskan untuk menjawab makna dibalik fenomena yang terjadi. Teknik analisa data dilakukan melalui beberapa langkah yaitu pengumpulan data, dilanjutkan dengan melakukan triangulasi data dan sumber data, analisa data (klarifikasi, reduksi dan interpretasi), penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data berupa analisis data dengan bentuk penajaman, pengklasifikasian, pengarahan, eliminasi data-data yang tidak perlu dengan tujuan memperoleh relevansi data terhadap tujuan penelitian. Penyajian hasil analisis berbentuk narasi untuk menjelaskan hasil kesimpulan yang diperoleh, karena yang dianalisa dan didiskripsikan adalah konsep dan pendekatan terkait dengan pemahaman terhadap implementasi kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh entitas usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi dari pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan Bank BPD Bali mengacu pada Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas Pasal 74 maupun Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal sebagai bentuk kewajiban korporasi dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank BPD Bali diarahkan sesuai dengan resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) pada 21 Oktober 2015 terkait dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) yang terdiri dari 17 capaian utama dengan 169 parameter yang terukur, selain itu juga Bank BPD Bali mengacu pada ISO 26000 yang mengatur tanggung jawab social sebagai bentuk tanggung jawab suatu organisasi terhadap dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui perilaku transparan serta etis secara konsisten sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat serta memperhatikan keinginan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Adapun bidang lingkup tanggung jawab sosial Bank BPD Bali yang mengacu pada ISO 26000 terdiri dari 7 bidang yaitu (Bank BPD Bali, 2020): Tata Kelola Tanggung Jawab Sosial, Hak Asasi Manusia, Operasi Yang Adil, Lingkungan Hidup, Ketenaga kerjaan, Pemenuhan Kepentingan Pelanggan dan Kemasyarakatan. Bank BPD Bali meyakini bahwa keberadaan sebuah perusahaan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan *stakeholder* lainnya jika tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat dijalankan dengan benar dan bertanggung jawab serta berkomitmen untuk berkontribusi aktif membangun kualitas hidup yang lebih baik dengan para pemangku kepentingan yang diwujudkan melalui realisasi tanggung jawab sosial dan lingkungan secara terpadu dalam semua kegiatan bisnis. Melalui implementasi program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR), Bank BPD Bali berusaha untuk meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan operasional sehari-hari dan mampu meningkatkan dampak positif bagi kehidupan masyarakat dan social sehingga memberikan nilai bagi keberlanjutan usaha.

Sebagai salah satu kantor cabang yang beroperasi di Mataram yang dimulai pada tahun 2015, Bank BPD Bali cabang Mataram melaksanakan kegiatan operasionalnya tidak terlepas dari aturan dan tata laksana dari kantor pusat termasuk dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan dan pelaporan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Permohonan program-program sosial yang berasal dari eksternal diterima untuk dikoordinasikan kembali kepada kantor pusat di Denpasar Bali. Program yang mengandung nilai materiil menjadi kewenangan kantor pusat dalam pengambilan keputusannya dan progresnya diawasi langsung oleh kantor cabang Mataram. Laporan pelaksanaan program kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

terdokumentasikan pada bagian Dokumen Operasional Cabang (DOC) Bank BPD Bali Cabang Mataram dan dilaporkan kepada kantor pusat untuk dikonsolidasikan bersama dengan kegiatan-kegiatan social lainnya yang berasal dari kantor-kantor cabang lainnya maupun pusat.

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah dilaksanakan Bank BPD Bali cabang Mataram, antara lain berupa pendidikan; dilakukan dengan kegiatan pemberian beasiswa bagi murid tidak mampu terfokus pada bidang pendidikan dilakukan secara langsung kepada murid-murid yang masih menempuh pendidikan merupakan bentuk perhatian Bank BPD Bali cabang Mataram untuk meningkatkan semangat untuk tetap belajar dan bersekolah di tengah keterbatasan ekonomi. Penyaluran dana beasiswa tersebut telah teralokasi untuk 3 sekolah di kota Mataram diantaranya yaitu SDN 19 dan 37 Cakranegara serta SMPN 1 Mataram dan penyerahan bantuan sosial atau donasi ke Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Panti Asuhan Dharma Laksana Mataram. Pelaksanaan kedua kegiatan tersebut termasuk pada program *corporate philanthropy* yang memperhatikan masyarakat dalam hal ini bagi anak-anak kurang mampu sebagai salah satu bagian *stakeholder* Bank BPD Bali. Aktivitas tanggung jawab social dalam bentuk program-program tersebut dapat membantu membangun reputasi yang positif bagi Bank BPD Bali di masyarakat guna membantu dan membangun kualitas sumberdaya manusia di tengah keterbatasan ekonomi dan sosial.



Gambar 1. Penyerahan bantuan sosial atau donasi ke Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Panti Asuhan Dharma Laksana Mataram

Kesehatan; dilaksanakan dalam bentuk kegiatan safari kesehatan untuk masyarakat di lingkungan desa Suranadi Kabupaten Lombok Barat yang bekerja sama dengan puskesmas Desa Suranadi. Dalam kegiatan tersebut dilaksanakan juga pemberian vaksin Covid-19 kepada seluruh lapisan masyarakat desa Suranadi dan disambut antusias oleh seluruh warga tanpa memandang perbedaan suku, agama, ras dan golongan. Pelaksanaan kegiatan pemeriksaan kesehatan ini termasuk dalam program *corporate philanthropy* yang diberikan Bank BPD Bali atas dasar kesadaran dan kepedulian yang tinggi kepada masyarakat, bahwa kegiatan yang dilaksanakan tidak hanya terfokus pada kegiatan *financial* saja namun juga dapat memberikan kemaslahatan bagi orang banyak.



Gambar 2. Safari kesehatan untuk masyarakat di lingkungan desa Suranadi Kabupaten Lombok Barat

Seni dan budaya; menjaga tradisi seni dan budaya merupakan salah satu program yang dijalankan Bank BPD Bali cabang Mataram yang terlaksana melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Implementasinya telah diberikan kebeberapa tempat antara lain Taman Mayura dan Pura Suranadi. Pemasangan beberapa papan nama (*signpost*) sebagai petunjuk dan penjelasan bagi para pengunjung wisatawan di taman Mayura merupakan salah satu kontribusi yang telah diberikan, selain itu juga pemberian dana bantuan bagi pembangunan wantilan Pura Suranadi. Aktivitas sosial yang diberikan tersebut tergolong pada program *Cause Related Marketing* untuk mengerti identitas dan kelestarian lingkungan yang wajib dijaga dan dipelihara bersama.



Gambar 3. Signpost di Taman Mayura



Gambar 4. Bantuan CSR untuk wantilan Pura Suranadi

Bantuan Sarana dan Prasarana Pelestarian Alam, Lingkungan dan Kebersihan; berupa penyediaan tandon air dengan mengkampanyekan lima langkah cuci tangan yang benar melalui

brostur yang ditempel, sekaligus penyediaan tempat cuci tangan bagi warga untuk mencegah penularan Covid-19. Bantuan tersebut diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan masyarakat akan pentingnya cuci tangan untuk menjaga kesehatan dan mencegah penularan virus Covid-19 dan pengadaan serta pemberian sejumlah tong sampah untuk mendukung kesadaran masyarakat menjaga lingkungan dengan membuang sampah pada tempatnya. Penyerahan diberikan kepada beberapa tempat diantaranya PHDI Provinsi NTB, instansi, sekolah dan pura, aktivitas ini tergolong pada program *Corporate societal marketing* sekaligus *corporate philanthropy* dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diberikan bank BPD Bali cabang Mataram.



Gambar 5. Tandon Air di Pura Gunung Sari dan Mayura



Gambar 6. Pengadaan Tong sampah

Bantuan Sarana dan Prasarana selain yang tercakup dalam Program Pendidikan, kesehatan, seni dan budaya, olahraga, social lainnya dan pelestarian alam, lingkungan dan kebersihan; berupa pemberian donasi kepada Radio Antar Penduduk Indonesia untuk digunakan dalam pengembangan sarana prasarana dan dilaporkan kembali dalam bentuk laporan pertanggung jawaban kepada Bank BPD Bali cabang Mataram dan penyediaan fasilitas dalam bazar pasar murah yang dilaksanakan di komplek pertokoan Selaparang *Square* depan halaman pura Miru untuk meningkatkan daya beli konsumen menjelang hari raya Galungan dan Kuningan. Pelaksanaan pasar murah disambut dengan respon positif dilihat dari banyaknya jumlah konsumen yang datang berbelanja dan berasal dari segala golongan dan lapisan masyarakat. Pelaksanaan program social diatas termasuk dalam *Community Volunteering* untuk membantu dan mengembangkan potensi dan kreativitas masyarakat dalam melakukan aktivitas usahanya.



Gambar 7. Pelaksanaan bazar pasar murah yang dilaksanakan di kompleks pertokoan Selaparang Square

Kemitraan; berupa peningkatan kesadaran masyarakat, partisipasi, kolaborasi dan sinergitas dalam membangun literasi keuangan dalam konteks keuangan digital, Bank BPD Bali cabang Mataram melakukan kegiatan pekan “QRIS EXPERIENCE” dengan tema “Aman Berinvestasi dan Bangkit Bersama KUR Bank BPD Bali”. Kegiatan dilaksanakan di Taman Mayura dan dikemas dengan berbagai kegiatan terkait dengan sosialisasi dan literasi keuangan kepada masyarakat. Tujuan kegiatan untuk merubah pola pikir masyarakat memahami dan mengerti transaksi non tunai. Program ini termasuk dalam kategori *Cause Promotions* yang dilakukan dengan pendekatan komunikasi yang persuasif untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan masyarakat terkait dengan transaksi penggunaan keuangan digital dalam bentuk QRIS yang merupakan salah satu produk keuangan yang dimiliki Bank BPD Bali, selain itu sebagai salah satu perbankan yang beroperasi di wilayah Kota Mataram, Bank BPD Bali cabang Mataram berperan serta dalam perayaan hari Raya Idul Adha dengan menyalurkan bantuan hewan kurban berjumlah 2 ekor kambing yang disalurkan melalui kantor walikota Mataram dan salah satu masjid di wilayah kota Mataram. Kegiatan pemberian hewan kurban tersebut merupakan bentuk pelaksanaan program *Cause Related Marketing* untuk menjaga dan meningkatkan hubungan perusahaan bersama dengan masyarakat dan pemerintah kota Mataram.



Gambar 8. Kegiatan pekan “QRIS EXPERIENCE” dengan tema “Aman Berinvestasi dan Bangkit Bersama KUR Bank BPD Bali di Taman Mayura

Dalam ajaran Tri Hita Karana konsep hubungan *parahyangan*, *pawongan*, dan *palemahan* telah dilaksanakan dalam bentuk program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Bank BPD Bali cabang Mataram. Hubungan *Parahyangan* diwujudkan dalam bentuk pemberian dana punia untuk membantu renovasi wantilan Pura Suranadi, hal tersebut merupakan bentuk kesadaran hubungan manusia kepada penciptaNya. Selain untuk digunakan sebagai tempat sarana beberapa kegiatan pertunjukkan seni, wantilan tersebut digunakan sebagai tempat untuk melaksanakan prosesi persembahyangan umat, hal tersebut merupakan wujud rasa

bhakti dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa (*Ida Sang Hyang Widhi Wasa*) karena telah diberikan anugrahNya dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Implementasi hubungan *pawongan* diwujudkan dalam pemberian beasiswa bagi murid sekolah yang tidak mampu, melaksanakan safari kesehatan kepada masyarakat desa Suranadi tanpa memandang suku, ras, agama dan golongan, memberikan bantuan hewan kurban kepada masyarakat di kota Mataram, membantu fasilitas dalam pelaksanaan bazar pasar murah, melaksanakan kegiatan sosialisasi literasi keuangan digital QRIS kepada warga kota Mataram serta memberikan bantuan sarana dan prasarana Radio Antar Penduduk Indonesia dalam bentuk donasi.

Pengamalan keyakinan *palemahan* dalam Tri Hita Karana dilaksanakan dengan pemberian bantuan tandon air dan tempat cuci tangan bagi warga masyarakat untuk selalu menjaga kebersihan tangan sebagai tindakan preventif mencegah penularan penyakit dan virus Covid-19, peletakan *signpost* di taman Mayura dan pemberian sumbangan tong sampah bagi beberapa instansi untuk tetap menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Bank BPD Bali cabang Mataram meyakini integrasi yang sehat antara lingkungan dan manusia memiliki dampak yang signifikan terhadap keberadaan dan aktivitas manusia disekitarnya yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha dan kehidupan di masyarakat itu sendiri. Penjelasan diatas dapat dilihat secara singkat pada table berikut ini:

Tabel 1. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilaksanakan oleh Bank BPD Bali Cabang Mataram berdasarkan pendekatan Tri Hita Karana dalam moderasi beragama

No	Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Tri Hita Karana	Moderasi Beragama
1.	Pendidikan:			
	a. Pemberian beasiswa bagi murid tidak mampu di SDN 19 dan 37 Cakranegaraserta SMPN 1 Mataram.	<i>Corporate philanthropy</i>	<i>Pawongan</i>	Moderasi Beragama
	b. Penyerahan bantuan social atau donasike Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) Panti Asuhan Dharma Laksana Mataram.			
2.	Kesehatan:			
	Safari kesehatan untuk masyarakat di lingkungan desa Suranadi Kabupaten Lombok Barat yang bekerjasama dengan puskesmas Desa Suranadi	<i>Corporate philanthropy</i>	<i>Pawongan</i>	Moderasi Beragama
3.	Seni dan Budaya:			
	a. Pemasangan <i>signpost</i> di Taman Mayura	<i>Cause Related Marketing</i>	<i>Parahyangan dan Palemahan</i>	Moderasi Beragama
	b. Renovasi wantilan Pura Suranadi			

No	Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Tri Hita Karana	Moderasi Beragama
4.	Bantuan Sarana dan Prasarana Pelestarian Alam, Lingkungan dan Kebersihan: a. Penyediaan tandon air b. Pengadaan dan pemberian tong sampah untuk beberapa instansi	<i>Corporate societal marketing; Corporate philanthropy</i>	<i>Palemahan</i>	Moderasi Beragama
5.	Bantuan Saran dan Prasarana selain yang tercakup dalam program pendidikan, kesehatan, seni dan budaya, olahraga, sosial lainnya dan pelestarian alam, lingkungan dan kebersihan: a. Donasi ke Radio Antar Penduduk Indonesia b. Penyediaan fasilitas dalam bazar pasar murah yang dilaksanakan di komplek pertokoan Selaparang Square	<i>Community Volunteering</i>	<i>Pawongan</i>	Moderasi Beragama
6.	Kemitraan: a. Kegiatan pekan “QRIS EXPERIENCE” dengan tema “Aman Berinvestasi dan Bangkit Bersama KUR Bank BPD Bali di Taman Mayura b. Menyalurkan bantuan hewan kurban dalam rangka hari Raya Idul Adha	<i>Cause Promotions</i> <i>Cause Related Marketing</i>	<i>Pawongan</i>	Moderasi Beragama

Sumber: Data diolah (2022)

Aktivitas pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Bank BPD Bali cabang Mataram dilaporkan kepada kantor pusat untuk dikonsolidasikan bersama dengan program-program sosial yang telah dilaksanakan oleh seluruh kantor cabang di Indonesia untuk dilaporkan dan diungkapkan melalui laporan yang terintegrasi pada laporan keberlanjutan (*sustainability report*) tahunan Bank BPD Bali. Laporan tersebut mendeskripsikan secara umum kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh Bank BPD Bali selama periode waktu tertentu. Laporan keberlanjutan yang dipublikasi dapat memberikan manfaat bagi lingkungan internal maupun eksternal dari Bank BPD Bali yang dapat membangun dan membentuk reputasi yang baik bagi *stakeholder* maupun pihak-pihak lainnya. Bagi internal, *sustainability report* dapat digunakan perusahaan untuk melihat berbagai aspek sebagai pelengkap pertimbangan keputusan yang akan diambil, membantu perusahaan menentukan tujuan baik bersifat taktis maupun strategis serta mengukur, memahami, dan

mengkomunikasikan dampak ekonomi, lingkungan, dan social dari operasinya baik positif maupun negatif. Selain itu informasi yang terkumpul melalui data-data tersebut dapat menjadi bahan evaluasi manajemen dalam menilai kinerja dan mengoptimalkan tingkat biaya yang kemudian dapat dijadikan acuan untuk di masa yang akan datang. Laporan keberlanjutan dapat memberikan manfaat pula bagi pihak eksternal Bank BPD Bali.

Dengan pengungkapan yang dilaporkan melalui laporan keberlanjutan usaha setiap tahunnya maka akan mampu meningkatkan kepercayaan public termasuk *stakeholder* para pemegang saham yang dimiliki mengenai transparansi dan publikasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan sehingga berdampak terhadap aspek sosial, lingkungan dan ekonomi. Selain itu pengungkapan yang dilaporkan akan membantu para pemangku kepentingan menyadari akan keaktifan kinerja bank dalam meminimalkan dampak negatif yang muncul dari kegiatan operasional yang dilaksanakan dan memberikan referensi atau alternative dalam pengambilan keputusan terhadap produk-produk usaha yang dijalankan sehingga mampu meningkatkan loyalitas dari pihak-pihak yang berkepentingan.

SIMPULAN

Hasil dari penelitian yang dilakukan memberikan kesimpulan bahwa implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Bank BPD Bali cabang Mataram dalam bentuk *corporate philanthropy, cause related marketing, corporate societal marketing, cause promotions* dan *community volunteering* telah sesuai dengan ajaran *Parahyangan, Palemahan* dan *Pawongan* dalam Tri Hita Karana, maka penerapan *triple bottom line corporate social responsibility* (CSR) telah memenuhi dan memperhatikan elemen *profit, people* dan *planet* dengan memperhatikan konsep moderasi beragama. Selain itu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilaksanakan oleh Bank BPD Bali disampaikan pada laporan keberlanjutan (*sustainability report*) dengan transparan. Publikasi tersebut sekaligus memberikan keyakinan bagi para pemangku kepentingan mengenai perkembangan usaha, menjembatani informasi dan komunikasi dengan pihak manajemen mengenai dampak lingkungan, sosial dan ekonomi serta acuan evaluasi bagi pengambilan keputusan dan kemajuan usaha di masa yang akan datang.

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh maka diberikan saran sebagai berikut: program-program *corporate social responsibility* (CSR) yang dilaksanakan diharapkan dapat ditingkatkan setiap tahunnya. Perlu disadari bahwa hubungan *stakeholder* merupakan elemen kunci untuk setiap pelaksanaan program tanggung jawab social tersebut. Oleh karena itu bagian penting dalam menjaga interaksi antara manajemen perusahaan dengan para pemangku kepentingan, dibutuhkan upaya berserta konsistensi *public relation* dalam menjaga hubungan serta komunikasi kepada pihak internal dan eksternal serta mempertahankan sikap etis yang dapat memberikan kebermanfaatn pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan, selain itu mampu memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup karyawan, masyarakat secara local maupun luas, serta situasi ekonomi masyarakat saat ini sedang dalam kesulitan karena factor peningkatan harga bahan bakar, keterbatasan lapangan pekerjaan, adanya bencana alam dan masalah kesehatan serta pendidikan. Sehingga perlunya kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang mengarah untuk mengatasi masalah-masalah tersebut sehingga dapat membantu masyarakat yang saat ini sedang membutuhkan misalnya pemberian literasi keuangan, bantuan medis, peningkatan kewirausahaan dan pengadaan air bersih.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, A. (2019). Moderasi beragama dalam keragaman Indonesia. *Inovasi-Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 45–55.
- Bank BPD Bali. (2020). *Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report)*.
- Bank BPD Bali. (2021). *Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report)*.

- Dewi, O. (2020). *1-Pengaruh Budaya Tri Hita Karana. pdf.*
- Dianti, G. P., & Mahyuni, L. P. (2018). Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Intercontinental Bali Resort Hotel: Eksplorasi Berbasis Pendekatan Filosofi Tri Hita Karana. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 12–22.
- Faisal, M. (2020). Manajemen Pendidikan Moderasi Beragama Di Era Digital. *ICRHD: Journal of Internantional Conference on Religion, Humanity and Development*, 1(1), 195–202.
- Fikri, M., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2020). Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Pada Ahsana Property Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 293–303.
- Lubis, A. I. (2017). Akuntansi Keperilakuan: Multiparadigma. *Jakarta: Salemba Empat.*
- Parmajaya, I. P. G. (2018). Implementasi konsep Tri Hita Karana dalam perspektif kehidupan global: Berpikir global berperilaku lokal. *Purwadita: Jurnal Agama Dan Budaya*, 2(2), 27–33.
- Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Syariah Enterprise Theory. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 169–182.
- Purwadi, M. I. (2017). Konsep dan Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perbankan Syariah. *Jatiswara*, 31(3), 401–415.
- Ratmono, D., & Sagala, W. M. (2015). Pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai sarana legitimasi: dampaknya terhadap tingkat agresivitas pajak. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 16–30.
- Rokhlinasari, S. (2016). Teori-teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 7(1).
- Rosilawati, Y., & Mulawarman, K. (2019). Kearifan Lokal Tri Hita Karana Dalam Program Corporate Social Responsibility. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1215–1227.
- Saputra, D. S., & Muhtarom, A. (2020). *Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Moderasi Beragama: Konsep dan Pendekatan dalam Etika Bisnis Islam di Lembaga Perbankan Syariah.*
- Saputra, K. A. K., Anggiriawan, P. B., & Sutapa, I. N. (2018). Akuntabilitas pengelolaan keuangan desa dalam perspektif budaya tri hita karana. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 3(1).
- Sari, F. I., Mediaty, M., & Said, D. (2020). Corporate Social Responsibility Vs Creating Shared Value Melalui Kajian Perspektif Islam: Pendekatan Kritis Jurgen Habermas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 6(1).
- Slaper, T. F., & Hall, T. J. (2011). The triple bottom line: What is it and how does it work. *Indiana Business Review*, 86(1), 4–8.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility: from charity to sustainability.* Penerbit Salemba Empat.
- Subawa, I. P. (2021). Falsafah Tri Hita Karana Sebagai Pondasi Moderasi Beragama. *Widyacarya: Jurnal Pendidikan, Agama Dan Budaya*, 5(1), 65–69.
- Sufyati, H. S. (2018). Corporate Social Responsibility: Kajian Ekonomi, Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 12(1), 119–136.
- Totok, M. (2018). Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi). *Bandung: Alfabeta.*
- Untung, H. B. (2019). *CSR dalam dunia bisnis.* ANDI Yogyakarta.