



Jurnal Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Praktik *Social Responsibility* pada Pedagang Muslim Kaki Lima: Perspektif *Triple Bottom Line* dan Nilai-Nilai Islam

Uswatun Hasanah¹, Tri Wahyu Oktavendi² dan Ihyaul Ulum³

¹Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Akuntansi, email: twoktavendi@umm.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Akuntansi,

³Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Akuntansi,

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap praktik Tanggung Jawab Sosial berdasarkan nilai-nilai Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-etnometodologi dengan unit analisis adalah Pedagang Kaki Lima Muslim. Wawancara mendalam digunakan untuk teknik pengumpulan data. Teknik analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. PKL Muslim melakukan implementasi *Triple Bottom Line*, seperti keuntungan dari penjualan PKL Muslim menyisihkan sebagian dari keuntungan mereka untuk qurban. Dari segi orang, PKL memberikan makanan sisa dan juga meningkatkan kesejahteraan karyawannya dengan memberikan insentif untuk setiap penjualan. Terakhir, dimensi keplanetan tercermin dalam aktivitas membersihkan outlet di sekitarnya dan membuang sampah pada tempatnya, untuk menjaga kelestarian lingkungan. Nilai-nilai Islam seperti ukhuwah dan syukur merupakan internalisasi dalam pelaksanaan SR. Di sisi lain, *Spiritual Oriented* juga digarisbawahi dalam Implementasi SR. Implikasi penelitian praktik tanggung jawab sosial ini tampak kecil, tetapi dengan banyaknya PKL, hal-hal kecil ini dapat berdampak sangat besar. Salah satunya adalah PKL yang jumlahnya banyak akan dapat menjaga tanggungjawab sosial dan lingkungannya sehingga keberlangsungan dari Bumi akan semakin baik..

Kata kunci: Praktik *Social Responsibility*; Pedagang Kaki Lima; Pengusaha Muslim; *Triple Bottom Line*; *Spiritual Oriented*.

Abstract

The purpose of this study is to reveal the practice of Social Responsibility based on Islamic values. This study uses a qualitative-etnometodology approach with the unit of analysis is a Muslim Street Vendor. Depth interview is used for the data collection technique. The data analysis technique uses the stages of data reduction, data presentation, and verification. Muslim Street Vendors carry out *Triple Bottom Line* implementation, such as the profit from the sales of Muslim Street Vendors setting aside a portion of their profits for qurban. In terms of people, Muslim Street Vendors provide leftover food and also improve the welfare of their employees by providing incentives for every sale. Lastly, the planetary dimension is reflected in the activity of cleaning the surrounding outlets and disposing of garbage in its place, to maintain environmental sustainability. Islamic Values such as "ukhuwah" and gratitude are internalization in implementation of SR. In other side, *Spiritual Oriented* also underlined in Implementation of SR., The implications of this research on social responsibility practices seem small, but with so many street vendors, these small things can have a huge impact. One of them

is the large number of street vendors who will be able to maintain social and environmental responsibilities so that the sustainability of the Earth will be better.

Keywords: *Social Responsibility Practices; Street Vendors; Muslim Traders; Triple Bottom Line; Spiritual Oriented.*

Pendahuluan

Salah satu fenomena yang menjadi daya tarik para peneliti saat ini adalah tanggungjawab lingkungan dan sosial. Kondisi lingkungan di Bumi yang semakin miris menjadi tanda tanya besar terhadap peran dari “*para profit oriented*”. Perusahaan yang berorientasi pada laba dituntut untuk bertanggungjawab pada lingkungan dan sosial di sekitarnya. Isu lingkungan didominasi oleh sampah, karbon emisi, dan pencemaran lingkungan lainnya. Pada tahun 2020, Indonesia menghasilkan sampah sebanyak 67,8 Juta Ton (databoks.katadata.co.id). Di tahun 2021, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) menyebut total sampah nasional pada 2021 mencapai 68,5 juta ton. Data tersebut menunjukkan adanya kenaikan yang cukup signifikan terhadap masalah lingkungan, yaitu sampah. Hal ini berdampak pada pencemaran lingkungan dan mengganggu ekosistem di Bumi ini. Bagaimana peran pihak “*profit oriented*” dalam hal Sosial dan Lingkungan?.

Pedagang Kaki Lima (PKL) bisa juga disebut sebagai usaha kecil-kecilan masyarakat yang mana pergerakan pemasarannya hanya di sekitar lingkungan yang sangat kecil, pemasarannya terbatas mereka tidak memiliki tempat [1]. Pada saat ini, bukannya hanya yang berjalan saja yang disebut dengan pedagang kaki lima, akan tetapi penjual di pinggir jalan juga bisa dikatakan pedagang kaki lima [2]. Banyaknya jumlah PKL yang lokasi berjualannya cenderung di pinggir jalan memunculkan keresahan bagi pengguna jalan. Oleh sebab itu, Pemerintah (Daerah) dan Kementerian Koperasi mulai mengeluarkan peraturan terkait Penataan dan Pemberdayaan kawasan PKL (misal Peraturan Menteri Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Nomor 16 tahun 2018).

Pedagang Kaki Lima (PKL) pada umumnya hanya mempunyai modal kecil-kecilan terkadang bekerja kepada orang yang memiliki modal dan sekedar mendapatkan hasil komisi sebagai imbalan ataupun sebagai jerih payah. Eksistensi PKL setidaknya sudah membuka peluang lapangan pekerjaan yang meminimalisir angka pengangguran. Keberadaan PKL ini sangat dibutuhkan oleh sebagian masyarakat yang mempunyai ekonomi minim dikarenakan harga yang cukup murah dibandingkan dengan toko atau tempat yang menjadi agennya [3, 4]. Di sisi lain, eksistensi PKL juga banyak mengundang *problem* baru. Karena aktivitas para PKL sudah dianggap sebagai aktivitas liar dikarenakan “menyalahgunakan” ruang yang diperuntukkan untuk umum. Contoh kecilnya aktivitas PKL yang menggunakan trotoar dan jalan bahkan badan jalan, sembarangan dalam memasang reklame, membuang sampah yang bukan pada tempatnya) dan menyeberang sembarangan tanpa memikirkan bahayanya.

Profesi pedagang kaki lima sangat bersentuhan dengan kehidupan masyarakat pada umumnya. Karena pedagang kaki lima dapat lebih mudah dijumpai oleh masyarakat dari pada pedagang resmi yang kebanyakan bertempat tetap. Di balik stereotipe masyarakat terhadap pedagang kaki lima, sebenarnya masyarakat dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan dalam hal barang-barang eceran. Kegiatan yang dilakukan oleh pedagang kaki lima ini termasuk kegiatan informal. Pada saat ini PKL yang semakin hari kuantitasnya semakin bertambah, selalu menjadi sorotan publik dan sering menjadi perbincangan untuk hal yang kurang baik. Oleh sebab itu, topik PKL ini perlu dilakukan riset guna mengungkapkan sisi lain dari PKL dari perspektif sudut pandang akuntansi (terkait pertanggungjawaban).

Social responsibility (SR) merupakan bentuk tanggungjawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan ataupun individual sebagai bukti atas kontribusinya dalam lingkup sosial dan lingkungan sekitar [5-8]. Dalam ajaran Islam, tanggung jawab sosial menjadi bagian tanggung jawab setiap umat muslim selama di dunia [9]. Oleh karena itu, tidak hanya pihak korporasi,

tapi semua manusia harus melaksanakan praktik *Social Responsibility*. Penelitian yang dilakukan oleh Faisol and Afiqoh [10] dengan menggunakan paradigma etnometodologi telah dilakukan untuk menggali praktik *Hospital Social Responsibility*. RSUD UMM mempraktikkan HSR dengan cara: (1) memberi potongan atau diskon RS; (2) mengadakan bakti sosial; (3) melakukan pembinaan kerohanian; (4) Membuat akun donatur; (5) Mempersilahkan pasien pulang walaupun belum lunas; (6) Memberikan perlakuan yang sama pada karyawan yang memiliki keterbatasan fisik; dan (7) Mengelola infak karyawan. Langkah yang dilakukan oleh RSUD UMM termasuk dalam bentuk praktik HSR yang mencerminkan bahwa RSUD UMM sebagai entitas bisnis tidak fokus pada keuntungan (*profit oriented*) saja, melainkan memprioritaskan aspek kemanusiaan (*social oriented*) dan unsur keagamaan (*spiritual oriented*).

Pasar Waru Barat pasar yang tidak mati akan pengunjung dimana dari pagi sampai malam transaksi jual beli pasti tetap berlanjut. Desa Waru Barat terletak ke utara dari Kota Pamekasan, pasar waru barat selalu ramai dari aktivitas masyarakat apa lagi pada hari – hari tertentu kemacetan akan selalu tampak pada hari Minggu dan Kamis. Penelitian ini dilakukan di Pasar Waru untuk mendapatkan hasil yang mendalam dikarenakan peneliti sangat erat dengan etnis dan budaya di lokasi tersebut. Selain itu PKL di tempat tersebut merupakan penduduk Waru barat yang mayoritas muslim sehingga sejalan dengan dimensi nilai-nilai islam yang akan diungkap dalam penelitian ini.

Social Responsibility dan Triple Bottom Line

Social Responsibility dikaitkan dengan *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan pertama kalinya oleh Elkington [11]. Konsep seperti ini sangat sukses yang menarik perhatian para industri di manca negara. Banyak pihak yang sepakat dengan konsep ini yang merupakan dasar yang penting dan juga bisa digunakan sebagai tolak ukur kesuksesan suatu usaha yang mana hal ini berpengaruh pada industri ekonomi (*profit*), lingkungan (*planet*), dan social (*people*) [11]. Rancangan TBL memperlihatkan bahwa setiap operasional usaha tidak hanya bergantung kepada surplus saja (*Profit*) tetapi harus juga berpegangan kepada dampak-dampak dan sebuah tindakan untuk perbaikan lingkungan (*planet*) beserta juga sumbangan terkait beberapa isu sosial (*people*) terkait perlindungan kepada konsumen, kesejahteraan masyarakat, mencerdaskan masyarakat, mengurangi kemiskinan, mengikut sertakan masyarakat sebagai karyawan, memberikan beasiswa kepada masyarakat untuk mengurangi kebodohan dengan melalui pemberian beasiswa. Dari tiga unsur yang sudah disebutkan di atas menunjukkan bahwasannya perusahaan hanya berfokus pada laba saja maka hal itu tidak bisa dipungkiri lagi akan terjadinya pemerasan secara berkesenambungan terhadap Sumber Daya Alam [12] maka hal itu akan menjadi dampak buruk bagi masyarakat sekitar karena menyebabkan kerusakan kepada lingkungan sekitar dan membuat kerugian terhadap secara besar-besaran [13]. Konsep TBL jika diimplementasikan pada suatu instansi akan mempunyai pengaruh kepada pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*) [14], sehingga bisa memberikan nilai baik pada perusahaan dan bisa mengangkat reputasi perusahaan, terukurnya kinerjanya, meningkatkan nama baik keuangan perusahaan, kualitas produk [15-19].

Nilai-Nilai Islam

Bagi kehidupan manusia, suatu tindakan akan terpicu berdasarkan kandungan nilai-nilai dalam kehidupannya [20]. Pengalaman yang didapat selama dalam hidupnya, akan membentuk sebuah nilai kehidupan. Selain itu, nilai juga dapat terwujud melalui pendidikan yang dengan sengaja menginternalisasi nilai-nilai, seperti pendidikan karakter. Pendidikan karakter dengan menginternalisasi nilai *religiusitas* (misalnya) akan terinternalisasi pada diri seseorang sehingga menjadi sebuah karakter dalam kehidupan sehari-hari [21, 22]. Perubahan nilai akan diikuti oleh fenomena-fenomena. Sebaliknya juga, perubahan dari suatu fenomena akan berdampak pada perubahan nilai pula [23].

Nilai-nilai Islami merupakan nilai yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist. Umat Islam (muslim) memiliki pedoman hidup yaitu Al-Qur'an dan Hadist dalam menjalani segala

aktivitas mereka di dunia. Aqidah, Ibadah dan Akhlak merupakan tata nilai seorang muslim yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadist. Sebagai agama yang sempurna, segala tata aturan/hukum tentang kehidupan di dunia telah lengkap dan diajarkan dalam ajaran islam, ditandai dengan wafatnya Nabi Muhammad SAW. Hal ini beliau (Nabi Muhammad SAW) sampaikan dalam khutbah pada pelaksanaan haji *wada'* (haji terakhir sebelum beliau wafat) sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Maidah [5] Artinya: Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Nilai-nilai islam datang menghiasi kehidupan manusia, lebih khusus bagi seorang muslim. Ajaran Islam (dan nilai-nilai islam) diteruskan dan didakwahkan oleh Para Ulama, dari satu generasi ke generasi yang lainnya, hingga saat ini. Cara berdakwah tersebut salah satunya adalah dengan menggunakan sistem pendidikan. Melalui sistem inilah, nilai-nilai islam dapat diinternalisasi kepada siswa/murid. Hal tersebut akan berdampak pada aktivitas-aktivitas sehari-sehari mereka dalam kehidupan bermasyarakat.

Nilai-nilai islam dalam pendidikan menjadi seperangkat perasaan atau keyakinan yang ada dalam diri manusia. Hal tersebut telah sesuai dengan norma dan ajaran Islam dan bertujuan untuk membentuk manusia yang sempurna (*insan kamil*). Sumber nilai yang berlaku dalam pranata kehidupan masyarakat digolongkan dalam dua macam yaitu: 1) Nilai *Ilahiyah*, yang meliputi: Iman, Islam, Ihsan, Taqwa, Ikhlas, Tawakal, Syukur dan Sabar; dan 2) Nilai *Insaniyah*, yang meliputi: *Silat ar-rahmi, Al-Ukhuwah, Al-Musawah, Al-'Adalah, Husnu al-dzan, Al-Tawadlu, Al-Wafa', Insyirah, Al-amanah, Iffah* atau *Ta'affuf, Qawamiyah, dan al-Munfiqun* [24-27]

Metode

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif-etnometodologi. Pendekatan tersebut digunakan untuk menggali lebih dalam terkait praktik SR oleh PKL. Hal tersebut dikarenakan etnometodologi adalah pendekatan yang dapat digunakan untuk menggali aktivitas/praktik sehari-hari. Unit analisis pada *riset* ini ialah pedagang muslim kaki lima yang berjualan di pasar Waru Barat. Data-data yang didapat yang berupa data kualitatif yang diperoleh dari *depth-interview* dengan 4 informan. Berikut adalah informan yang secara langsung terlibat sebagai informan :

1. Informan 1 adalah seorang penjual pizza yang mana dia telah 4 tahun berjualan di trotoar.
2. Informan 2 adalah seorang *freshgraduate* ia sudah bekerja selama satu setengah tahun di usaha kuliner. Kuliner yang dia gelutin adalah milik orang.
3. Informan 3 adalah seorang penjual terang bulan dan martabak, dari usia 30 tahun. Mempunyai 3 karyawan yang membantu menjual dan memproduksi.
4. Informan 4 adalah seorang imigran dari kota Sampang, usahanya berupa pisang dan es teler selama 11 tahun

Peneliti menggunakan metode kualitatif agar penelitian yang dilakukan mendapatkan hasil yang apa adanya dan objektif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode interaktif dari Miles and Huberman [28] yang memiliki 3 langkah, yaitu:

1. Reduksi Data

Data hasil (transkrip wawancara) *Depth-interview* yang dilakukan untuk menggali praktik *social responsibility* dilakukan reduksi data dengan cara mengambil narasi yang relevan dengan penelitian. Setelah itu, data dikelompokkan dan dilakukan pengkodean (*coding*) sesuai topik pembahasan.

2. Penyajian Data

Proses penyajian data, ketika peneliti telah melakukan reduksi data yang dibutuhkan maka peneliti melakukan penyusunan data-data yang telah dikelompokkan menjadi sebuah narasi yang mudah dipahami oleh pembaca. Hal ini memudahkan peneliti untuk menyampaikan informasi dan memaparkan terkait *praktik social responsibility* pada PKL.

3. Penarikan Simpulan dan Verifikasi

Dari serangkaian analisis data yang terakhir merupakan tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Pada tahap ini peneliti mempelajari kembali hasil penyajian data serta memverifikasi dengan berbagai referensi yang relevan. Verifikasi juga dilakukan ketika pengambilan data dengan cara melakukan wawancara lebih dari 1 kali untuk memastikan konsistensi hasil pengambilan data. Setelah itu, peneliti melakukan penyimpulan terkait *praktik social responsibility* pada PKL.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Social Responsibility ala PKL dalam bingkai Triple Bottom Line

Bentuk segitiga yang diperkenalkan oleh Archie B. Carrol SR juga didasari oleh tiga prinsip dasar terkait tanggung jawab sosial yang disebut dengan *Triple Bottom Line* oleh John Elkington (1998). Dibawah ini termasuk dalam prinsip *Triple Bottom Line* menurut John Elkington :

Profit

Pedagang muslim kaki lima tentunya juga memperhatikan laba (terus berorientasi untuk mendapatkan laba yang banyak) yang diperolehnya agar selalu *eksis* dan berkembang. Selain itu juga pedagang kaki lima menyisihkan uang dari *profitnya* untuk kegiatan lainnya seperti halnya kegiatan *Social Responsibility*, seperti yang dilakukan oleh Informan 4.

“Alhamdulillah setiap hari saya bisa mengumpulkan uang delapan ratus ribu bahkan kadang satu juta, dari hasil jualan saya juga menyisihkan rencana akan membuka cabang lagi dan juga menyisihkan kegiatan berqurban karena saya punya target untuk berqurban lagi tahun ini, seperti tahun sebelum-sebelumnya”

Berdasarkan hal tersebut, pedagang muslim kaki lima mempunyai tujuan kepentingan untuk lebih maju (*profit oriented*) dan kepentingan spiritual (*spiritual oriented*). *Profit* yang dihasilkan oleh pedagang kaki lima bertujuan baik untuk menjaga hubungan dengan masyarakat (tujuan sosial). Pedagang muslim kaki lima (PMKL) mempunyai rencana untuk membuka kios atau cabang baru, hal itu sebagai tanggung jawab sosial memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk bekerja guna mengurangi pengangguran. Selain itu, PMKL juga menganut *spiritual oriented* dalam bentuk menyisihkan *profit* mereka untuk berqurban. Kegiatan berqurban bukan hanya mendekatkan diri kepada pencipta juga untuk membantu kaum dhuafa dan fakir miskin [29]. Harapan untuk mendekatkan diri dengan Allah SWT (Vertikal) dan sesama manusia (Horizontal) inilah yang menjadi *spiritual oriented* bagi PMKL.

People

Social Responsibility yang diberikan oleh PMKL berupa memberikan sisa penjualannya kepada masyarakat dan orang sekitar yang memang membutuhkan. Implementasi *Social Responsibility* yang dilakukan oleh PMKL juga dalam hal memberikan pelayanan yang baik dan komunikasi yang ramah terhadap masyarakat sekitar serta memberi makanan kepada masyarakat sekitar

yang membutuhkan. Hal tersebut termasuk ke dalam katagori *community relation* dengan melakukan bantuan secara sadar dengan ikhlas [30].

Selain itu, PMKL yang mempunyai karyawan sudah mampu melaksanakan hak kepada setiap karyawan sesuai dengan SOP, seperti halnya memberikan lingkungan yang kondusif serta nyaman dan aman, mempunyai hubungan yang baik kepada sesama, memberikan fasilitas ibadah, dan memberikan insentif di setiap penjualan bagi karyawan.

“Terutama untuk karyawan saya memberikan insentif dari penjualan kardus, jadi setiap kardus yang terjual saya berikan 500 rupiah pada setiap karyawan, jadi hitungannya misalkan laku 100 kardus ya tinggal kalikan 500 rupiah. Insentif itu bisa diambil setiap bulan terserah anak-anak yang mau ambil kapan, untuk gaji ya beda lagi dan ada lagi jadwal piket setiap piket mendapatkan sepuluh ribu rupiah.”

Penerapan aspek *people* yang dilakukan oleh PMKL ialah mempunyai lingkungan kerja yang kondusif serta layak untuk karyawan dan juga aman, serta memberikan hak-hak untuk karyawan.

Planet

PMKL juga telah menerapkan pembersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempatnya dan membersihkan sampah yang berserakan.

“Perduli akan kebersihan sekitar outlet. Setiap hari, ketika outlet akan dibuka dan juga mau ditutup saya membersihkan sekitar outlet baik luar maupun dalam, agar outlate terlihat bersih, tidak kumuh, nyaman untuk pelanggan, dan tentunya juga nyaman bagi saya”

PMKL telah memiliki nilai positif di mata masyarakat karena sudah menimalisir pencemaran lingkungan, dengan langkah membersihkan outlet sebelum dan sesudah aktivitas, pekerjaan sederhana yang seperti ini perlu untuk dibiasakan karena akan kembali kepada diri sendiri dan kepuasan pelanggan juga, jika terlihat kumuh atau kotor outletnya maka pelanggan tidak jadi membeli. Dengan upaya tersebut khususnya dalam membersihkan lingkungan sekitar outlet sudah dinilai memiliki kesadaran dan bertanggung jawab untuk kewajiban sebagai penjual membersihkan lingkungan sekitar supaya terjangkau kebersihannya [31].

Nilai-Nilai Islam dibalik Praktik Social responsibility Pedagang Kaki Lima

Pada sub bab ini terkait nilai – nilai islam dalam praktik *social responsibility* pada PMKL di pasar Waru, dari empat informan yang sudah diwawancarai mereka mempraktikkan *social responsibility* ialah memberikan sisa makanan secara cuma – cuma sebagai bentuk rasa syukur disamping itu mereka menjelaskan juga sebagai mempererat tali silaturahmi/*ukhwah* karena apabila bersedekah ada interaksi dengan banyak orang, dari segi orang memberikan ataupun yang menerima. Apabila bersedekah akan menghidupkan tali silaturahmi

“Memberikan makanan itu sebagai rasa syukur dan niat shodaqah supaya lancar rezekinya sekaligus bisa tambah akrab”

Bentuk sosial bersedekah, bisa mempererat tali persaudaraan sesama, serta menambahkan jiwa solidaritas dan kebersamaan, mampu menjembatani antara si miskin dan si kaya, memisahkan jurang sosial, mampu membersihkan hati yang dengki, meredakan api kemarahan karena sebuah perbedaan, untuk menyucikan jiwa dan harta. Sebagai mana sabda Nabi SAW *“Hai manusia bertaubatlah kamu kepada Allah sebelum mati. Segeralah beramal saleh sebelum kamu sibuk. Jalinlah hubungan diantara kamu dan antara Tuhanmu dengan memperbanyak dzikir dan sedekah baik secara sembunyi-sembunyi, maupun terang-terangan, niscaya kamu akan diberi rezeki, ditolong dan ditutupi kekuranganmu.”*.(HR.Ibnu Majah). Praktik *social responsibility* yang dilakukan oleh empat informan termasuk dalam nilai-nilai *ukhwah*/penyambung tali silaturahmi antara kaum dhuafa, anak yatim dan tetangga sangat

dipertahankan karena sebelumnya kita yang tidak mengenal bisa mengenal ataupun yang sudah kenal akan memberikan rasa kecintaan dan keperdulannya terhadap sekitar.

Praktik *social responsibility* memprioritaskan ketulusan hati dan dermawan [32-35]. Pekerjaan seperti ini lebih Allah sukai. Pentingnya memberikan shodaqoh kepada orang yang membutuhkan sehingga Allah mengindahkan dan melipat gandakan pahala bagi orang yang bersodaqah yang mana diperkuat juga oleh hadist dan Ayat Al-Qur'an tentang Keutamaan sedekah:

“Telah menceritakan kepada kami Abu Bakr bin Abu Syaibah dan Ali bin Muhammad keduanya berkata; telah menceritakan kepada kami Waki' dari Ibnu Aun dari Hafshah binti Sirin dari Ar Rabab Ummu Ar Ra`ih binti Shulai' dari Salman bin Amir Adl Dlabbi ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Bersedekah untuk orang miskin nilainya satu sedekah, sedangkan bersedekah untuk kerabat nilainya dua; sedekah dan menyambung hubungan kekerabatan."(Hadits Sunan Ibnu Majah No. 1834 - Kitab Zakat)

“Dan apa saja yang kamu infakkan, Allah akan menggantinya dan Dialah Pemberi rizki yang terbaik.” (QS. Saba'/34: 39)

Telah banyak fenomena yang menakjubkan dari shadaqah diantaranya ialah cepat mendapatkan rezeki dari Allah (baca misal:[36]. Dalam kondisi apapun tetap dianjurkan untuk bershadaqah supaya orang tersebut menjadi lapang. Hal tersebut difirmankan oleh Allah SWT Artinya: *“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh butir, pada tiap-tiap butir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki dan Allah Maha Luas (karuniaNya) lagi Maha Mengetahui.”(QS.Al Baqarah (2)).* Dalam bershadaqah langkah awal untuk mencari rezeki agar yang di dapatnya halal, shadaqah ialah langkah seseorang untuk bertaubat dari hal yang tidak diinginkan di tempat bekerja. Dengan bershadaqah manusia bisa tetap terkontrol saat melakukan pekerjaannya, karena manusia akan merasa terawasi oleh orang-orang yang diberi shadaqah. Dari hal itu akan ada keinginan manusia untuk mengumpulkan rezeki yang halal. Shadaqah sendiri merupakan bentuk rasa syukur hamba kepada dari sang pencipta.

Tabel 1. Simpulan Hasil Wawancara

Hasil Wawancara	Simpulan
“...Alhamdulillah setiap hari saya bisa mengumpulkan uang delapan ratus ribu bahkan kadang satu juta, dari hasil jualan saya...”	<i>Profit Oriented</i>
“...Setiap hari, ketika outlet akan dibuka dan juga mau ditutup saya membersihkan sekitar outlet baik luar maupun dalam....”	<i>Planet Oriented</i>
“...saya memberikan insentif dari penjualan kardus,....”	<i>People Oriented</i>
“...menyisihkan kegiatan berqurban karena saya punya target untuk berqurban lagi tahun ini, seperti tahun sebelum-sebelumnya.”	<i>Spiritual Oriented</i>

SIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para informan pedagang kaki lima di sekitar pasar Waru peneliti menyimpulkan: PMKL melakukan Implementasi *Triple Bottom Line* yaitu *profit* dari hasil penjualan yang didapat PMKL menyisihkan uangnya untuk membuka outlet baru guna mengurangi pengangguran dan menyisihkan sebagian uangnya untuk berqurban sebagai bentuk rasa syukur kepada pencipta dan masyarakat, *people* memberikan sisa makanan dan juga mensejahterakan karyawannya dengan memberikan insentif setiap penjualan, *planet* bentuk *social responsibility* yang dilakukan oleh PMKL membersihkan outlet sekitar dan membuang sampah pada tempatnya.

Nilai-nilai islam yang terkandung pada pedagang kaki lima, memberikan sisa makanannya ialah sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah dan menyambung tali silaturahmi. Hal tersebut mengindikasikan adanya *Spiritual Oriented* dalam praktik *Social Responsibility* yang dilakukan oleh PMKL. Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis menyarankan dalam memberikan bantuan kepada masyarakat, sebaiknya pedagang memperhatikan siapa yang perlu dikasih, artinya memberikan kepada yang memang benar-benar membutuhkan seperti kepada kaum dhuafa, pengamen atau yatim piatu. Implikasi dari penelitian ini yaitu semakin banyak praktik *Social Responsibility* yang dilakukan oleh PMKL, maka akan berdampak pada dimensi sosial dan lingkungan di sekitarnya. Hubungan sosial semakin erat dan Bumi semakin terjaga kelestariannya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Ramli, "Sektor Informal Perkotaan Pedagang Kaki Lima di Indonesia," *Jakarta, Penerbit Ind-Hill-Co*, 2003.
- [2] R. Ramadhan, "Perubahan Sosial–Ekonomi PKL (Pedagang Kaki Lima) Dalam Program Sentralisasi Sektor Informal Perkotaan di DTC Wonokromo," *Jurnal Komunitas*, vol. 4, 2015.
- [3] T. Hariani, "Pedagang Kaki Lima Sebagai Alternatif Kesempatan Kerja Bagi Kaum Perempuan Di Pedesaan (Studi pada PKL di Lapangan Desa Karangrejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)," *Jurnal Ekuivalensi*, vol. 5, pp. 174-188, 2019.
- [4] N. Pratiwi, "STUDI MENGENAI KEBERADAAN PEDAGANG KAKI LIMA (PKL) DI PASAR AUR KUNING KOTA BUKITTINGGI DALAM KONSEP ISLAM," *Jurnal Tunas Pendidikan*, vol. 1, pp. 31-40, 2018.
- [5] F. Shofa and F. Fuad, "Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah di Indonesia," *Diponegoro Journal of Accounting*, pp. 503-512, 2014.
- [6] A. I. Ridwanullah, "Dakwah Corporate Social Responsibility di Indonesia," *Jurnal Penelitian*, vol. 14, pp. 43-64, 2017.
- [7] S. Murni, "Akuntansi sosial: suatu tinjauan mengenai pengakuan, pengukuran dan pelaporan externalities dalam laporan keuangan," *Journal of Accounting and Investment*, vol. 2, pp. 27-44, 2001.
- [8] S. Muchlis and M. Mariyani, "Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Menggugat Keuangan Perusahaan Ditinjau Dari Konsep Going Concern," *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, vol. 2, pp. 95-113, 2021.
- [9] N. Wahib and M. Surur, "PONDOK PESANTREN DAN PENERAPAN UKHUWAH ISLAMIYAH," *RISDA: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, vol. 6, pp. 101-115, 2021.
- [10] M. Faisol and N. W. Afiqoh, "NILAI-NILAI ISLAM DI BALIK PRAKTIK HOSPITAL SOCIAL RESPONSIBILITY," *Jurnal Akademi Akuntansi*, vol. 3, pp. 1-11, 2020.
- [11] J. Elkington, "The triple bottom line," *Environmental management: Readings and cases*, vol. 2, pp. 49-66, 1997.
- [12] S. Patta Rapanna, *Pusaran Pembangunan Ekonomi: Vortex of Economic Development*

- vol. 1: SAH MEDIA, 2019.
- [13] M. I. Arisaputra and M. K. SH, *Reforma agraria di Indonesia*: Sinar Grafika (Bumi Aksara), 2021.
- [14] I. A. Sukihana and I. G. A. Kurniawan, "Tanggung Jawab Perusahaan dari Profit Menuju Stakeholders Oriented Studi CSR di Tabanan," *Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Udayana*, vol. 51, p. 194, 2016.
- [15] M. N. Utomo, *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan*: Jakad Media Publishing, 2019.
- [16] D. Štreimikienė and R. R. Ahmed, "Corporate social responsibility and brand management: evidence from Carroll's pyramid and triple bottom line approaches," *Technological and Economic Development of Economy*, vol. 27, pp. 852-875, 2021.
- [17] K. Sridhar, "The relationship between the adoption of triple bottom line and enhanced corporate reputation and legitimacy," *Corporate Reputation Review*, vol. 15, pp. 69-87, 2012.
- [18] Y. Kazancoglu and Y. D. Ozkan-Ozen, "Sustainable disassembly line balancing model based on triple bottom line," *International Journal of Production Research*, vol. 58, pp. 4246-4266, 2020.
- [19] S. A. Schulz and R. L. Flanigan, "Developing competitive advantage using the triple bottom line: A conceptual framework," *Journal of Business & Industrial Marketing*, 2016.
- [20] M. Umar, "Urgensi Nilai-Nilai Religius dalam Kehidupan Masyarakat Heterogen di Indonesia," *Jurnal Civic Education: Media Kajian Pancasila dan Kewarganegaraan*, vol. 3, pp. 71-77, 2019.
- [21] R. Putry, "Nilai pendidikan karakter anak di sekolah perspektif Kemendiknas," *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies*, vol. 4, pp. 39-54, 2019.
- [22] A. H. Haris, "Pendidikan Karakter dalam Perspektif Islam," *Al-Munawwarah: Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 9, pp. 64-82, 2017.
- [23] M. Mahmud, "MENUJU SEKOLAH ANTIKORUPSI (Perspektif Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann)," *Jurnal Kajian dan Pengembangan Umat*, vol. 2, 2019.
- [24] E. Elihami and F. Firawati, "Transformasi Sosial dalam Nilai-Nilai Pendidikan Islam di Kabupaten Sidenreng Rappang," *Edumaspu: Jurnal Pendidikan*, vol. 1, pp. 51-60, 2017.
- [25] D. Ilham, "Persoalan-Persoalan Pendidikan dalam Kajian Filsafat Pendidikan Islam," *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, vol. 9, pp. 179-188, 2020.
- [26] S. Faza and S. Ubaidilah, "Urgensi Nilai-Nilai Pendidikan Islam dalam Kegiatan Pencak Silat Gasmi di Pondok Pesantren Al-Mahrusiyah Lirboyo Kediri," *Intelektual: Jurnal Pendidikan Dan Studi Keislaman*, vol. 10, pp. 1-10, 2020.
- [27] C. Syc and Y. Astutik, "Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran Ayat 37," *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan dan Keislaman*, vol. 9, pp. 77-98, 2020.
- [28] M. B. Miles and A. M. Huberman, "Analisis data kualitatif," ed: Jakarta: UI press, 1992.
- [29] D. Simanjuntak, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Kesadaran Masyarakat Dalam Berkorban," *Jurnal AL-MAQASID: Jurnal Ilmu Kesyarifan dan Keperdataan*, vol. 5, pp. 258-270, 2019.
- [30] C. I. Muhammad, S. T. Raharjo, and R. Resnawaty, "Pelaksanaan Corporate Social Responsibility PT. Indonesia Power UJJP Kamojang," *Share: Social Work Journal*, vol. 8, pp. 195-202, 2018.
- [31] R. Michael, S. T. Raharjo, and R. Resnawaty, "Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori Triple Bottom Line," *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, vol. 2, pp. 23-31, 2019.
- [32] N. Fatmawatie, "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam akuntansi

- sosial ekonomi di tinjau dari syariah," *EQUILIBRIUM, Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 3, pp. 221-237, 2015.
- [33] B. G. Siregar, "Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam pandangan Islam," *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, vol. 14, pp. 135-150, 2016.
- [34] B. Iswanto, "Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Etika Bisnis dan ZIS," *Jurnal Shar-E (Kajian Syariah, Hukum, dan Ekonomi)*, vol. 3, 2017.
- [35] M. I. Fasa and A. K. Ja'far, "ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UNTUK KESEJAHTERAAN MASYARAKAT SEKITAR PERUSAHAAN PT. GOLD COIN SPECIALITIES KECAMATAN TANJUNG BINTANG LAMPUNG," *EKSYA: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 2, pp. 87-99, 2021.
- [36] U. El Hamdy, *Sedekah Bikin Kaya dan Berkah: WahyuQolbu*, 2015.