



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 10023-10037

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Implementasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam Etika Bisnis Islam

Nur Alisa^{1✉}, Rahmawati Muin²

UIN Alauddin Makassar

Email: 80500222042@uin-alauddin.ac.id^{1✉}

Abstrak

Islam hadir dengan menawarkan landasan etika bisnis yang bertujuan untuk tercapainya keadilan dan keseimbangan. Keberadaan bisnis yang dilakukan oleh manusia tidak jarang menimbulkan dampak negatif sehingga perlu untuk meminimalisir hal tersebut dengan melakukan program yang disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Penerapan program *Corporate Social Responsibility* hendaknya berlandaskan pada etika bisnis secara syariah agar perusahaan dapat mencapai keseimbangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep etika dan tanggung jawab sosial perusahaan perspektif Islam dan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berdasarkan pada etika bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan kepustakaan yakni memanfaatkan berbagai referensi buku atau jurnal yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika sebagai landasan dalam berperilaku bisnis dan tanggungjawab sosial sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Penerapan *Corporate Social Responsibility* yang berdasarkan pada etika bisnis Islam mencakup pertanggungjawaban pelaku usaha kepada diri sendiri, keluarga, masyarakat dan Tuhan.

Kata Kunci: *Bisnis, Etika, Islam, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*

Abstract

Islam comes with a business ethics foundation that aims to achieve justice and balance. The existence of business carried out by human often causes negative impacts so it is necessary to minimise this by conducting a programme called *Corporate Social Responsibility*. The implementation of *Corporate Social Responsibility* programme should be based on sharia business ethics so that the company can achieve balance. The purpose of this study is to determine the concept of ethics and corporate social responsibility from an Islamic perspective and the implementation of corporate social responsibility based on Islamic business ethics. The research method used is a qualitative method with a literature approach that utilises various relevant book or journal references. The result showed that ethics is the foundation of business behavior and social responsibility is a form of corporate concern for the community and the environment. The implementation of corporate social responsibility based on Islamic business ethics includes the responsibility of business actors to themselves, family community and God.

Keywords: *Business, Corporate Social Responsibility, Ethics, Islam*

PENDAHULUAN

Aktivitas muamalah merupakan suatu kebijakan dari Allah yang mengatur tata cara hubungan manusia terhadap manusia lainnya yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi.(Aurelly et al., 2023, hal. 1) Julukan makhluk sosial yang disematkan kepada manusia berarti manusia senantiasa menggantungkan diri kepada orang lain dalam menjalankan segala bentuk aktivitas ekonomi guna memenuhi kebutuhan hidup. Proses interaksi ekonomi akan terus berlangsung setiap hari bersifat profitable maupun sosial. Keanekaragaman aktivitas perekonomian menyebabkan hasil ciptaan manusia pun berbeda-beda. Setiap individu memiliki kecenderungan pribadi untuk memproduksi sesuatu guna memenuhi kebutuhan.

Islam dengan segala perhatian pada semua dimensi kehidupan umat manusia memberikan pedoman yang hendaknya diikuti termasuk dalam hal mengamalkan muamalah. Ruang interaksi antar manusia dalam memenuhi kebutuhan manusia tersebut yang mendasari terjadinya proses muamalah dalam masyarakat.(Noh, 2021, hal. 13) Aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh manusia terkait dengan jenis-jenis aktivitas ekonomi yang benar dan sesuai dengan syariat. Maksud dari kebenaran dalam menjalankan syariat yakni dengan memahami segala bentuk perilaku ekonomi yang dibolehkan dan tidak diperbolehkan dalam Islam.

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok secara sistematis dengan tujuan memproduksi dan mendistribusikan suatu barang ataupun jasa sehingga memperoleh profit disebut bisnis. Keuntungan yang dihasilkan dari kegiatan bisnis akan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berbisnis menjadi salah satu jalan yang

dapat ditempuh untuk mendapatkan keamanan dalam finansial. Dengan demikian, Islam menganjurkan kepada manusia untuk bekerja dengan giat dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup. Allah swt., berfirman pada QS. At-Taubah/9: 105 yang memerintahkan kepada manusia untuk melakukan aktivitas bisnis:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَلِيمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

"Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, Rasul-Nya dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."Kementrian Agama Republik Indonesia, "Qur'an Kemenag," Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2022 <<https://qurankemenag.go.id>> [diakses 15 Mei 2024].

Anjuran untuk berbisnis dengan tetap berlandaskan pada sumber-sumber hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadis Nabi. Kedua pedoman umat manusia tersebut merangkum secara umum kode etik dalam menjalankan bisnis. Sebagaimana yang diketahui bahwasanya Rasulullah juga merupakan seorang pebisnis handal yang sukses karena telah menekuni pekerjaan tersebut sejak umur dua belas tahun. Bisnis yang dijalankan oleh seseorang hendaknya mematuhi segala bentuk etika dan aturan yang berlaku dalam Islam. Etika dalam bisnis sebagai bagian integral atas pandangan hidup yang utuh.

Etika dalam berbisnis Islam mencakup seperangkat nilai-nilai yang terkandung nilai baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis yang berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang berdasarkan pada syariat Islam. Etika yang mengatur perilaku bisnis bertujuan untuk menciptakan keadilan, keseimbangan dan kebermanfaatn dalam bertransaksi, dan memastikan praktik-praktik yang bermanfaat dalam masyarakat.(Imroatus Sholiha, 2019, hal. 2) Meskipun ada syariat Islam yang mengatur terkait etika-etika dalam berbisnis, masih banyak dari kalangan umat manusia yang melanggar aturan yang telah ditetapkan dalam Islam. Maraknya berbagai perilaku yang menyimpang dalam bisnis tentu akan menyebabkan kerugian dalam tatanan hidup bermasyarakat. Pelaku bisnis hanya mengutamakan memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya dan mengabaikan etika Islam yang berlaku.

Salah satu etika dalam bisnis Islam adalah tanggung jawab. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan pondasi bagi setiap pelaku bisnis dalam menjalankan dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan adalah upaya yang dilakukan untuk menyatakan sikap kepedulian

dari perusahaan bisnis kepada seluruh pemangku kepentingan baik dari aspek ekonomi, sosial, hukum dan lingkungan sekitar dimana perusahaan tersebut dijalankan. (Satyawan et al., 2022, hal. 79) Bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dapat berupa pemberian bantuan kepada lingkungan, menghilangkan diskriminasi dalam memperlakukan karyawan, dan menjalin hubungan baik dengan semua pemangku kepentingan.

Penerapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan hendaknya sesuai etika dengan tidak melanggar aturan-aturan dari syariat. Kesadaran masyarakat terhadap dampak yang dirasakan akibat dari kegiatan operasional perusahaan akan mengubah persepsi perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan reputasi yang baik di kalangan masyarakat sehingga meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang. Tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya terkait keberlangsungan hidup dan pemeliharaan atas kelestarian alam, namun mementingkan kesejahteraan tenaga kerja, masyarakat dan sosial secara luas, dan mementingkan kenyamanan dan keamanan produk/jasa.

Kolaborasi penerapan etika dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan usaha sangat dibutuhkan. Bisnis yang dijalankan sesuai dengan syariat Islam dengan menjalankan segala apa yang diperintahkan dan menjauhkan segala aktivitas bisnis yang telah jelas keharamannya. Tidak dapat dielakkan bahwasanya praktik ekonomi yang dilakukan memang tidak memperhatikan etika bisnis dan tanggung jawab dengan baik. Maka dari itu penting mengimplementasikan etika dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan sebuah bisnis.

METODE PENELITIAN

Tahapan atau langkah yang tersusun secara sistematis yang dilakukan oleh seorang dengan tujuan untuk menemukan sebuah ilmu pengetahuan ilmiah tertentu disebut metode penelitian. Metode dalam penelitian berguna untuk menghimpun berbagai informasi atau data sehingga menjadi ilmu baru yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Metode penelitian kualitatif menjadi metode penelitian yang diterapkan oleh peneliti untuk mengkajian topik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan etika bisnis Islam ini. Definisi penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berupaya untuk mengungkapkan suatu fakta dengan metode pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara logis dan terstruktur. (Rukin, 2021, hal. 7) Jenis pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan adalah pendekatan kepustakaan atau disebut *library research* maksudnya adalah semua data yang diperoleh selama proses penelitian berasal dari kajian kepustakaan. Sumber data penelitian ini berupa artikel, buku dan lain-lain yang

terpercaya dan valid. Referensi yang diperoleh peneliti kemudian dianalisis dan diungkapkan dalam bentuk deskriptif. Data deskriptif merupakan data yang dituangkan dalam bentuk tulisan kata-kata yang menjelaskan sebuah fenomena secara mendetail.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan etika dalam kehidupan muncul ketika moralitas pada seseorang dipertanyakan secara kritis. Jika ditinjau dari segi bahasa, etika diambil dari bahasa Yunani kuno yaitu *ethos* berarti karakter, watak, hakikat, nilai. Sedangkan ditinjau dari segi istilah, etika merupakan suatu cabang ilmu pengetahuan yang mendalami tentang segala sesuatu untuk membedakan hal baik dan buruk yang dihubungkan pada tingkah laku manusia menurut ketentuan akal pikiran.(Fauzi, 2022, hal. 17) Etika berarti sebuah standar dari perbuatan yang memandu individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari untuk memastikan bahwa perbuatan yang dilakukan benar atau salah.

Etika dalam Islam lebih dikenal dengan sebutan akhlak. Etika menurut perspektif Islam sendiri diartikan sebagai seperangkat nilai dan norma yang agung dan tak terhingga, didalamnya mengandung sikap dan perilaku normatif yang mencakup wujud hubungan manusia kepada Tuhan, manusia dengan sesamanya, dan manusia terhadap semesta.(Wahyuningsih, 2022, hal. 8) Etika atau akhlak mencetuskan konsep yang diberi nama ihsan. Ihsan merupakan cara pandang dan bentuk perilaku manusia dalam menjalankan hubungan sosial yang tujuannya fokus terhadap pengabdian kepada Allah swt., tanpa maksud tertentu (pamrih).

Salah satu penerapan etika dalam kehidupan sehari-hari yaitu pada konteks bisnis. Kata bisnis atau *business* diserap dari bahasa Inggris yaitu *busy* berarti sibuk, melakukan suatu kegiatan secara berkelanjutan. Bisnis merupakan rangkaian aktivitas yang melekat pada diri seseorang ataupun sekelompok orang yang kegiatannya berupa upaya dalam menciptakan barang dan jasa bagi masyarakat dan memperoleh profit sebanyak-banyaknya sebagai tujuan utama.(Zamzam & Aravik, 2020, hal. 1) Bisnis terdiri atas aktivitas produksi dan distribusi barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen.

Upaya dalam memenuhi kebutuhan manusia adalah bekerja, salah satu bentuk ragam dari bekerja adalah berbisnis. Bisnis menjadi sebab manusia mempunyai sejumlah harta kekayaan sehingga mampu mencukupi kebutuhan hidup dan juga membantu orang lain dalam memenuhi kebutuhan. Bisnis dalam sudut pandang Islam berarti berbagai jenis kegiatan yang menghasilkan laba atau keuntungan yang tidak ada batasan untuk nominal kepemilikan terhadap barang dan jasa, hanya saja terdapat batasan dalam pelaksanaannya

memperhatikan kaidah halal dan haram yang terdiri atas cara memperoleh, zat dan pendayagunaan harta.(Rahman, 2020, hal. 3) Bisnis sering disebut dalam Al-Qur'an dalam kata *al-tijarah, isytara, al-bai'a tadayantum*.

Etika sangat penting untuk diterapkan dalam semua lini kegiatan bisnis. Manfaat dari etika dapat memberikan akses agar usaha lebih lancar dan tujuan bisnis dapat terealisasi dengan cepat. Bisnis yang tidak menerapkan etika yang baik maka akan berakibat pada kehancuran. Seorang pebisnis hendaknya memiliki etika yang baik yang senantiasa melekat pada dirinya. Etika bisnis membahas tentang prinsip nilai dan moral yang mengatur interaksi terhadap berbagai pemangku kepentingan. Isu penting yang melekat pada etika bisnis diantaranya tindakan atau perlakuan kepada karyawan, konsumen, lingkungan sekitar, menghadapi persaingan, dan kepatuhan hukum dan lain sebagainya.

Pandangan Islam tentang etika bisnis adalah sebuah rangkaian aktivitas bisnis yang menjunjung tinggi pada segala aturan perintah dan larangan ilahiyah yang menyangkut muamalah dan senantiasa menjadikan aktivitas tersebut sebagai bentuk penghambaan diri kepada-Nya serta ikhtiar untuk memperoleh harta kekayaan.(Zamzam & Aravik, 2020, hal. 16) Bisnis dijadikan sebagai investasi dunia dan akhirat. Dengan demikian, bisnis akan senantiasa dihubungkan dengan etika. Bisnis yang dijalankan oleh seorang Muslim harus berdasarkan pada kaidah nilai dan norma yang berasaskan pada aturan dalam Islam.

Etika sebagai aksiologi sehingga dapat menilai segala bentuk perilaku yang dilakukan dalam aktivitas bisnis tersebut benar atau salah sesuai dengan syariat. Prinsip etika bisnis Islam menjadi landasan dalam berpijak oleh pebisnis muslim dalam melakukan aktivitas. Adapun prinsip tersebut meliputi kesatuan, kejujuran, kebermanfaatan, bertanggungjawab dan keadilan.(Aprianto & dkk, 2020, hal. 8) Kesatuan atau ketauhidan berarti meyakini bahwa bekerja dan berbisnis termasuk upaya yang dilakukan untuk meraih ridha Allah melalui perolehan profit duniawi dan ukhrawi. Kejujuran mencakup memberikan nilai kebermanfaatan dengan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan secara terbuka dan apa adanya sesuai keadaan sebenarnya. Kebermanfaatan atau kemaslahatan berarti mengambil manfaat dan menolak kerugian yang mungkin saja berakibat pada orang lain. Prinsip bertanggung jawab mengacu pada sikap integritas dalam melaksanakan tugas dan perintah dengan baik dan benar. Prinsip terakhir yaitu keadilan dengan menciptakan keseimbangan kehidupan dan tidak melakukan diskriminasi.

Tujuan bisnis secara umum adalah memperoleh profitabilitas sebanyak-banyaknya dan mempertahankan keberlanjutan usaha. Sedangkan tujuan bisnis Islami adalah mencapai target profit secara materiil dan non materiil, mengembangkan usaha, dan meraih keberkahan dalam usaha. Etika dalam bisnis harus senantiasa diimplementasikan pada

segala bentuk usaha bisnis sehingga dapat memperoleh berkah dari Allah dengan menjaga keseimbangan antara kepentingan dalam bisnis dengan kepentingan agama/ibadah. Salah satu contoh etika dalam bisnis Islam disebutkan dalam QS. A-Baqarah/2: 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ۝

(Kementrian Agama Republik Indonesia, 2022)

Terjemahnya:

"Janganlah kamu makan harta diantara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa padahal kamu mengetahui."

Rasulullah SAW., termasuk seorang pebisnis ulung dan sangat hebat terutama dalam memperoleh profit yang besar. Adapun karakteristik Nabi dalam menjalankan bisnis adalah *shiddiq, istiqamah, fatanah, amanah* dan *tabligh*. Sifat kejujuran atau *shiddiq* dimaknai sebagai kesadaran untuk senantiasa berucap sesuai dengan kenyataan yang ada seperti jujur dalam menjelaskan kelebihan dan kekurangan produk jualan. *Istiqamah* berarti konsisten dalam menjalankan bisnis secara halal meski menghadapi berbagai tantangan dan godaan. *Fatanah* maksudnya mengerti, memahami dan menghayati bisnis sebagai tugas yang sedang dijalankan sehingga dapat memberikan inovasi dan kreativitas yang bernilai manfaat untuk pengembangan bisnis. *Amanah* berupa perilaku bertanggung jawab dengan menjunjung tinggi keterbukaan dan pelayanan yang optimal. Terakhir, *tabligh* adalah mengajak orang lain dalam kebaikan terutama mengajak agar pelaku bisnis lainnya juga melaksanakan aktivitas bisnis sesuai dengan ajaran Islam yang dikehendaki. (Mayanti & Dewi, 2021, hal. 655)

Etika bisnis merupakan sebuah ilmu penting yang sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak dalam menjalankan bisnis. Bisnis yang baik yakni bisnis yang berjalan sesuai dengan kaidah agama yang didalamnya berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Adapun implementasi etika yang Rasulullah SAW., jalankan ketika mengelola bisnis diantaranya terbuka, ridha, tidak melakukan tindakan manipulasi, tidak mencemarkan reputasi pesaing, bersih dari segala bentuk riba, tidak melakukan ihtikar (penimbunan barang yang dibutuhkan masyarakat), tidak terlibat dalam monopoli pasar, mendahulukan kepuasan pelanggan, memperlakukan karyawan dengan baik dan adil, memelihara segala amanah yang diberikan, mengedepankan sikap toleransi, senantiasa konsisten terhadap janji, dermawan, memperhatikan persiapan kehidupan akhirat, adil, dan memasarkan produk yang berkualitas dan terjamin kehalalannya. (Rozi et al., 2023, hal. 4)

Pelaku usaha/bisnis yang menjunjung tinggi penerapan etika bisnis akan lebih mudah mengembangkan bisnis dan mengidentifikasi serta menyelesaikan masalah yang dialami. Bisnis yang berjalan sesuai dengan etika atau nilai-nilai syariat Islam akan menciptakan ketenangan lahiriyah dan batiniyah sebab pebisnis menanamkan dalam dirinya bahwa segala sesuatu yang dilakukan itu apabila dijalankan secara baik dan benar dapat mendatangkan ridha Allah dan berujung pada memperoleh surga di hari kemudian.

Penggunaan istilah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau dengan nama lain *Corporate Social Responsibility* pertama kali digaungkan pada tulisan milik Howard Rorhmann Browen dalam tulisannya yang diberi judul *Social Responsibilities of Businessman* pada tahun 1953. (Deni, 2024, hal. 181) Pada tulisan tersebut, penggunaan CSR disebut *Social Responsibilities of Businessman, public Responsibility and Business Morality* yang bertujuan untuk menjelaskan keresahan yang sedang dihadapi dunia bisnis terkait tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan saat menjalankan usaha. Menurut Browen, seorang pengusaha hendaknya menjalankan suatu kebijakan dan keputusan berlandaskan pada nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat tempat bisnis tersebut beroperasi.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah langkah dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan yang menyangkut nilai-nilai etika, kaidah dan keputusan hukum serta menghargai keberadaan *stake holders* yang mengintegrasikan bentuk kepedulian pada lingkungan operasional perusahaan dan sosial masyarakat. (Shofia & Anisah, 2020, hal. 127) Operasionalisasi bisnis/perusahaan terkadang memberikan dampak yang ditimbulkan seperti limbah pabrik, polusi udara, perilaku diskriminatif dan dampak lainnya. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* melibatkan kepada semua hubungan dengan *stake holder* pada sebuah perusahaan seperti kepada konsumen, karyawan, komunitas, investor, pemasok, pemerintah bahkan juga pesaing.

Organisasi bisnis yang menerapkan CSR biasanya lebih terorganisir dengan cara memberdayakan pelaku usaha untuk bertanggung jawab secara sosial sehingga memberikan dampak positif yang lebih luas. Bisnis dapat berjalan dengan lancar bukan hanya memerhatikan aspek internal saja. Akan tetapi perusahaan harus senantiasa memperhatikan semua gejala sosial pada lingkungan sekitar karena hambatan operasional bisnis bisa saja berasal dari lingkungan eksternal perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk kepedulian organisasi bisnis terhadap setiap pemangku kepentingan yang mencakup aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Ketiga aspek tanggung jawab perusahaan tersebut dinamakan *Triple Bottom Line* yang merupakan tumpuan CSR dalam melaksanakan tanggung jawabnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan bukan merupakan sesuatu yang baru dalam Islam melainkan telah dipraktekkan 14 abad yang lalu. Al-Qur'an sebagai sumber ajaran agama Islam juga banyak menyebutkan tanggung jawab sosial. Konsep tanggung jawab sosial ini berjalan seiring dengan perkembangan Islam yang dibawa Nabi Muhammad SAW. Prinsip tanggung jawab sosial berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis harus dijadikan landasan kehidupan berbisnis.

Islam memiliki prinsip tanggung jawab yang seimbang pada ruang lingkup dalam segala bentuknya. Keseimbangan dalam aktivitas bisnis dan nilai bisnis sangat dianjurkan dalam syariat. Tanggung jawab yang seimbang meliputi pertanggungjawaban kepada jiwa dan raga, individu dan sosial, individu dengan keluarga dan masyarakat kepada masyarakat lainnya. Tanggung jawab terhadap individu, sosial dan lingkungan sebagai akibat yang ditimbulkan oleh perusahaan disebut tanggung jawab sosial perusahaan. Secara umum, setiap perusahaan sesungguhnya memikul tiga domain tanggung jawab sosial mencakup tanggung jawab pelaku organisasi (perusahaan kepada pekerja, perusahaan kepada perusahaan lain, perusahaan kepada pelaku usaha lain), lingkungan alam (menghindari terjadinya bencana alam, pengelolaan limbah), dan kesejahteraan sosial masyarakat (distribusi pendapatan dan kesenjangan sosial). (Rizal, 2020, hal. 31)

Setiap orang, kelompok atau organisasi memiliki tanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan. Bentuk tanggung jawab tersebut berlandaskan aturan, nilai dan budaya masyarakat. Islam memandang istilah *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu bentuk tanggung jawab bisnis penuh yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengimplementasikan nilai dan norma Islami yang ditandai adanya komitmen dan ketulusan dalam menjaga operasional bisnis. Setiap individu akan dimintai pertanggung jawaban atas perbuatan yang dilakukan, termasuk pelaku bisnis dalam menjalankan perusahaannya. Tanggung jawab tersebut meliputi tanggung jawab kepada Allah, masyarakat, alam, bahkan ke diri sendiri sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Mukminun/23:115

أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ

Terjemahnya:

"Apakah kamu mengira bahwa Kami menciptakan kamu main-main (tanpa ada maksud) dan kamu tidak akan dikembalikan kepada Kami?". (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2022)

Praktik bisnis yang memasukkan norma-norma Islam ditandai dengan adanya ketulusan dan komitmen dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasionalnya. Kegiatan

bisnis dilaksanakan untuk mencapai kepuasan konsumen berlandaskan syariah Islam sehingga keuntungan dunia dan akhirat dapat didapatkan sekaligus. *Corporate Social Responsibility* dalam kerangka bisnis Islami mencakup serangkaian kegiatan yang menciptakan kebajikan sebagai bentuk otoritas amanah karena beroperasinya perusahaan yang mengakibatkan risiko dengan mengedepankan nilai kedermawanan terhadap orang lain.

Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* tidak hanya berarti memenuhi kewajiban hukum dan moral semata akan tetapi juga sekaligus membangun strategi untuk memastikan bahwa perusahaan dan masyarakat tetap bertahan dalam jangka waktu yang panjang dalam konteks perusahaan tetap beroperasi. Apabila perusahaan bisnis tidak melaksanakan CSR dengan baik, maka dampaknya akan menimbulkan pengeluaran yang lebih besar karena banyak biaya yang harus ditanggung oleh perusahaan. Sebaliknya, perusahaan yang aktif melaksanakan program CSR berdasarkan keadilan, martabat dan kewajaran maka perusahaan akan memperoleh keuntungan besar dalam jangka panjang.

Prinsip tanggung jawab sosial terbagi atas tiga yaitu *sustainability*, *accountability* dan *transparency*. (Syaichoni, 2023, hal. 2289) Prinsip *sustainability* dimaksudkan sebagai keberlanjutan perusahaan dalam memperoleh sumber daya yang menjadi inti dari keberlanjutan bisnis. Prinsip *accountability* sebagai upaya sebuah perusahaan untuk bersikap terbuka dan bertanggungjawab pada aktivitas yang dijalankan terutama yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan dengan lingkungan eksternal. Prinsip *transparency* berarti sikap keterbukaan perusahaan bisnis mengenai informasi perusahaan yang boleh diketahui oleh khalayak sehingga dapat menghindari kesalahpahaman.

Tanggung jawab sosial perusahaan/*Corporate Social Responsibility* dipandang sebagai strategi baru dan berbeda yang dapat memenangkan kepercayaan terhadap pemangku kepentingan sehingga sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. (Kumar & dll, 2024, hal. 1) Eksistensi program tanggung jawab sosial oleh perusahaan pada hakikatnya dapat menciptakan iklim bisnis yang lebih baik dengan memberikan keuntungan kepada perusahaan yakni peningkatan citra atau reputasi positif terhadap perusahaan. Keterikatan dan konsistensi perusahaan ketika menjalankan program *Corporate Social Responsibility* akan menunjukkan hasilnya secara berjenjang bukan dengan hasil yang instan.

Setiap pelaku usaha dikehendaki untuk memiliki kesadaran etika dan moral. Keduanya termasuk kebutuhan yang harus diterapkan dalam menjalankan bisnis. Pelaku usaha yang tidak mampu menjaga etika maka dia pasti tidak akan mampu berbisnis dengan baik sehingga berdampak pada hubungan sosial dan merugikan pelanggannya terlebih diri

sendiri. Kerangka *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi sarana perusahaan untuk berinteraksi kepada masyarakat sehingga memperbaiki citra kepada mereka.

Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* dinilai tidak hanya berlandaskan pada bisnis dan profit semata akan tetapi juga berasaskan pada perspektif bermasyarakat. Pembentukan dan pengembangan berbagai program sosial dalam perusahaan berupa kepekaan perusahaan terhadap karyawan, bantuan fisik, fasilitas kesehatan, pembangunan infrastruktur masyarakat, beasiswa dan lain-lain. Contoh perusahaan yang menerapkan program CSR ini diantaranya PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dengan program kemitraannya, PT Telkom Indonesia Tbk dengan bina lingkungan dan kemitraan, PT. Hanjaya Mandala Sampoerna dengan program beasiswa dan lain sebagainya.

Bisnis Islam dianjurkan untuk menyeimbangkan aktivitas bisnis dan nilai-nilai sebagai bentuk implementasi ajaran agama Islam. Setiap bisnis membutuhkan elemen manajemen yang berbasis pada etika dan pertanggung jawaban. Hubungan antara etika dan tanggung jawab begitu erat dan saling melengkapi dalam penerapan praktik bisnis Islami yang bertanggung jawab. Etika bisnis dan *corporate social responsibility* sebagai alat yang menjembatani elemen bisnis. Kejujuran maupun kecurangan dan praktik lainnya pasti akan dimintai pertanggung jawabannya kelak dihadapan Allah. (Prasetyo, 2021, hal. 88)

Karakteristik dalam berbisnis secara Islam mencakup menaati landasan pada nilai-nilai ilahiyah dan insaniyah, menyeimbangkan aspek spritual dan material, berorientasi pada bisnis halal, mengedepankan asas kebermanfaatn dan kemaslahatan, bertanggungjawab secara sosial. Implementasi CSR dalam etika bisnis Islam melalui faktor-faktor produksi yang meliputi faktor alam, tenaga kerja, modal, skill atau kemampuan. (Untoro et al., 2023, hal. 9)

Pertama, faktor produksi alam yang dimana seluruh sumber daya alam telah disediakan oleh Allah SWT., untuk dimanfaatkan dan dikelola sebaik-baiknya. Pengelolaan tersebut semata-mata untuk beribadah kepada Allah. Bentuk pemanfaatan produksi alam tersebut harus digunakan sesuai dengan takaran kebutuhan saja dan tidak diperbolehkan untuk melakukan eksploitasi. Banyak perusahaan yang melakukan eksploitasi alam secara besar-besaran sehingga menyebabkan ketidakseimbangan lingkungan dan terjadi bencana alam yang merugikan masyarakat. Bentuk tanggung jawab perusahaan yang dapat dilakukan yakni konservasi sumber daya alam (SDA), pengelolaan limbah, menggunakan teknologi dan bahan yang ramah lingkungan, peningkatan efisiensi energi, rehabilitasi lingkungan, menggunakan energi terbarukan dan sebagainya.

Kedua, faktor produksi tenaga kerja yakni para karyawan yang bekerja dalam perusahaan tersebut pada semua jenis pekerjaan. CSR harus memperhatikan HAM (Hak

Asasi Manusia) dengan tidak berlaku semena-mena, memberikan gaji tepat pada waktunya dan sesuai dengan porsinya serta menghapuskan diskriminasi. Perusahaan juga harus memberikan fasilitas jaminan kesehatan kepada karyawan sebagai upaya untuk memberikan kesejahteraan.

Ketiga, faktor produksi modal diartikan dana yang digunakan untuk melakukan proses produksi baik modal sendiri maupun modal yang diperoleh dari pihak lain. Modal harus dimanfaatkan sebaik-baiknya agar produksi dapat berjalan secara optimal.

Keempat, faktor produksi *skill* maksudnya setiap pelaku bisnis hendaknya menguasai *skill* tertentu untuk mengelola bisnis. *Skill* ini dapat digunakan untuk mengatur segala bentuk operasional kegiatan produksi. Pelaku usaha memberikan ruang kepada pekerja untuk meningkatkan kemampuan yang dimiliki melalui kesempatan yang sama dalam ikut serta pada program pelatihan.

Tanggung jawab sosial bisnis merupakan tanggung jawab pelaku bisnis kepada perusahaan, masyarakat, dan bermuara kepada tanggung jawab kepada Allah. Berdasarkan ajaran Islam, perangkat Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab pribadi maupun kelompok dalam faktor distribusi perusahaan. Dana sosial tersebut dikumpulkan untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat terutama yang kekurangan. Pengumpulan instrumen ekonomi Islam tersebut dapat membangun kesejahteraan masyarakat dari aspek sosial dan ekonomi jika dikelola dan didistribusikan dengan baik. (Rizal, 2020, hal. 35) Perusahaan hendaknya turut andil dalam mencapai kesejahteraan masyarakat sekitar. Hal yang dapat dilakukan sebagai wujud program CSR yang berlandaskan etika seperti memberikan fasilitas pendidikan melalui beasiswa, memudahkan layanan kesehatan, dan pemberdayaan perekonomian bagi masyarakat yang tidak mampu.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* pada faktor konsumsi sendiri meliputi perusahaan bertanggungjawab penuh untuk memuaskan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik dan berusaha mengatasi keluhan dan permasalahan dari konsumen. Selain itu, penetapan harga yang wajar dengan tidak mengambil keuntungan yang besar karena lebih utama untuk memperoleh keuntungan ukhrawi dibandingkan duniawi semata. Pemanfaatan sumber daya alam yang lebih ramah lingkungan sehingga tidak merusak ekosistem dan barang yang dibeli oleh konsumen tidak mengandung unsur haram sekalipun baik dari segi zat yang terkandung dan cara pengolahannya. (Untoro et al., 2023, hal. 13) Bentuk tanggung jawab perusahaan senantiasa menjamin produk sebaiknya mendapat sertifikat kehalalan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada produk yang dibeli dari perusahaan.

Hubungan antara etika bisnis dan *Corporate Social Responsibility* sangat penting dalam mencapai tujuan keberlanjutan. Etika bisnis sebagai pedoman perusahaan untuk mengenali dan menghormati segala kebutuhan dan hak para pemangku kepentingan. Program *Corporate Social Responsibility* dalam penerapannya tidak bisa dilepaskan dari konsep *sustainable development*, program ini akan memudahkan bisnis mengimplementasikan program sosial untuk mencapai kesejahteraan dan pemeliharaan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aktif, meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas dan pemberdayaan kepada masyarakat.

Allah SWT., sebagai pemilik absolut segala sesuatu yang ada di langit dan di bumi. Allah mengamankan manusia untuk menjadi khalifah sehingga seharusnya manusia berbuat baik (*ihsan*) dan tidak diperbolehkan melakukan kerusakan di muka bumi ini. *Corporate Social Responsibility* perspektif Islam menekankan akhlak dalam menjalankan proses bisnis. Etika dalam dunia bisnis mencakup kerangka nilai dan landasan moral yang menjadi pedoman dalam pengambilan keputusan dan tindakan bisnis untuk diarahkan agar bertindak adil, jujur, dan menghargai hak asasi manusia. *Corporate Social Responsibility* didasari oleh prinsip etika yang bertujuan untuk menjamin bahwa perusahaan bertanggung jawab atas dampak yang dihasilkan terhadap masyarakat.

SIMPULAN

Hubungan antara etika bisnis dan *Corporate Social Responsibility* sangat penting dalam mencapai tujuan keberlanjutan. Etika bisnis sebagai pedoman perusahaan untuk mengenali dan menghormati segala kebutuhan dan hak para pemangku kepentingan. Program *Corporate Social Responsibility* dalam penerapannya tidak bisa dilepaskan dari konsep *sustainable development*, program ini akan memudahkan bisnis mengimplementasikan program sosial untuk mencapai kesejahteraan dan pemeliharaan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aktif, meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas dan pemberdayaan kepada masyarakat. Islam hadir dengan menawarkan landasan etika bisnis yang bertujuan untuk tercapainya keadilan dan keseimbangan. Keberadaan bisnis yang dilakukan oleh manusia tidak jarang menimbulkan dampak negatif sehingga perlu untuk meminimalisir hal tersebut dengan melakukan program yang disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Penerapan program *Corporate Social Responsibility* hendaknya berlandaskan pada etika bisnis secara syariah agar perusahaan dapat mencapai keseimbangan. Hasil menunjukkan bahwa etika

sebagai landasan dalam berperilaku bisnis dan tanggungjawab sosial sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar. Penerapan Corporate Social Responsibility yang berdasarkan pada etika bisnis Islam mencakup pertanggungjawaban pelaku usaha kepada diri sendiri, keluarga, masyarakat dan Tuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, I., & dkk. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam*. Deepublish.
- Aurelly, A., Rojak, A., Manggala, I., Hukum, P., & Syariah, E. (2023). *Analisis Fikih Muamalah Terhadap Produk Surety Bond di PT. Jaminan Pembiayaan Askrindo Syariah*. 1(1), 1–6. <https://journal.sbpublisher.com/index.php/imsak>
- Deni, A. (2024). *Manajemen Bisnis dalam Industri 5.0*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Fauzi, I. (2022). *Etika Muslim*. Pustaka Kanz Birry.
- Imroatus Sholihah. (2019). Bisnis dalam Pandangan Islam. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2). <https://doi.org/10.36835/iqtishodiyah.v5i2.96>
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2022). *Qur'an Kemenag*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. <https://qurankemenag.go.id>
- Kumar, A., & dll. (2024). A Corporate Social Responsibility (CSR) led Competitiveness Framework Through a Bibliometric Analysis (2001-2023). *Journal of Asia Business Studies*.
- Mayanti, Y., & Dewi, R. P. K. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 1(3), 651–660. <https://doi.org/10.35313/jaief.v1i3.2612>
- Noh, M. S. B. M. (2021). The Economic Thought of Syeikh al Mutawalli Al-Sya'rawi from His Book of "Tafsir Al-Sya'rawi." *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2), 1–17. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v10i2.1007>
- Prasetyo, A. (2021). *Pengantar Manajemen Islami*. Airlangga University Press.
- Rahman, S. (2020). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Mutawazzin*, 1(1), 54–62.
- Rizal, F. (2020). Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Csr) Dalam Perspektif Islam. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 1(01), 19–38. <https://doi.org/10.59525/ijois.v1i01.2>
- Rozi, Rahmani, Z., & Oktariani, D. (2023). Etika Bisnis dalam Perspektif Sunnah Nabi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 96–104.
- Rukin. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Jakad Media
- Satyawan, I. K. A., Nopiari, N. P., & ... (2022). Peranan Etika Dan Tanggung Jawab Sosial Dalam Bisnis. *Prosiding Pekan ...*, 75–82. [Copyright @ Nur Alisa, Rahmawati Muin](https://e-</p></div><div data-bbox=)

journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/4422%0Ahttps://e-

journal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/download/4422/3416

- Shofia, L., & Anisah, N. (2020). Kinerja Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara*, 3(2), 122–133. <https://doi.org/10.26533/jad.v3i2.678>
- Syaichoni, A. (2023). Motif Tanggung Jawab Sosial Lembaga Keuangan Mikro Syariah dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 5(2), 2283–2296. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i2.2776>
- Untoro, D., Ramdani, D. M., & Khosyiah, S. (2023). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dalam Bisnis Islam (Studi Kasus PT. Gramedia dan PT. BPRS PNM Mentari). *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 03(2).
- Wahyuningsih, S. (2022). Konsep Etika dalam Islam. *An-Nur: Kajian Pendidikan dan Ilmu Keislaman*, 8(1), 1–9. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Zamzam, F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish.