



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 5722-5737

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

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

Urgensi *Corporate Sosial Responsibility* dalam Memperkuat Eksistensi Perusahaan: Tinjauan dalam Perspektif Islam

Jesika Saputri^{1✉}, Sudirman²

UIN Alauddin Makassar

Email: Jesikasaputri99@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini mengkaji tentang urgensi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam mempertahankan keberadaan perusahaan serta bagaimana islam memandang CSR sebagai salah satu bentuk etika dalam berbisnis. Perusahaan dan masyarakat merupakan dua aspek yang saling mempengaruhi dalam hal bisnis. Masyarakat serta lingkungannya merupakan salah satu dari beberapa aspek yang menjadi penentu berkembang atau tidaknya suatu perusahaan. Metode dalam penelitian ini dilakukan dengan riset kepustakaan (*Library research*), yaitu dengan menelusuri berbagai sumber, baik yang berasal dari buku, jurnal-jurnal serta berbagai publikasi lainnya yang erat kaitannya dengan inti pembahasan. Hasil penelitian ini diketahui bahwa pelaksanaan CSR oleh suatu perusahaan sangat penting dilakukan salah satunya untuk menjaga serta meningkatkan reputasi di masyarakat serta lingkungan sekitar. Perusahaan yang mampu menjalin hubungan yang baik dengan para *stakeholdernya*, akan mempermudah dalam memperoleh izin operasi. Dengan demikian, akan berimbas pula pada kemampuan perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya. Sejalan dengan hal ini, islam memandang aktivitas CSR sebagai salah satu bentuk kebajikan yang tentunya dianjurkan dalam syariat demi menjaga serta menciptakan keseimbangan terutama dalam aspek ekonomi bagi para stakeholder.

Kata Kunci: *Urgensi, Corporate Sosial Responsibility, Perspektif Islam*

=

Abstract

This Research examines the urgency of Corporate Social Responsibility (CSR) in maintaining the existence of a company and how Islam views CSR as a form of ethics in business. Companies and society are two aspects that influence each other in business matters. Society and its environment are one of several aspects that determine whether a company will develop or not. The method in this research was carried out using library research, namely by exploring various sources, both from books, journals, and various other publications that are closely related to the main discussion. The results of this research show that implementing CSR by a company is very important, one of which is to maintain and improve its reputation in the community and the surrounding environment. Companies that are able to establish good relationship with their stakeholders will make it easier to obtain operating permits. Thus, it will also have an impact on the company's ability to maintain its existence. In line with this, Islam views CSR activities as a form of virtue which is of course recommended in the Shari'a in order to maintain and create balance for stakeholder.

Keywords: *Urgency, Corporate Social Responsibility, Islamic Perspective*

PENDAHULUAN

Kehadiran perusahaan di tengah-tengah masyarakat tentu membawa dampak, baik yang menguntungkan maupun yang merugikan lingkungan masyarakat tersebut. Dari segi keuntungan terkait dengan kehadiran perusahaan diantaranya dapat menambah pemasukan pemerintah melalui pemberlakuan pajak, pembukaan lapangan kerja, dorongan aktivitas perekonomian lokal, penyediaan kebutuhan Masyarakat, pemberdayaan sumber daya alam dan lain sebagainya. Disisi lain, kehadiran perusahaan tidak serta merta hanya dilihat dari segi positifnya saja, melainkan perlu mempertimbangkan dari sisi negatif. Kehadiran perusahaan bisa saja mengakibatkan pencemaran lingkungan, pengrusakan sumber daya alam, peralihan kepemilikan modal masyarakat ke perusahaan serta berbagai masalah sosial lainnya yang sewaktu-waktu bisa saja terjadi. Kekhawatiran terkait dengan hal ini memicu akan perlunya pelaku usaha untuk mempertimbangkan perihal masalah tanggung jawab sosial sebagai wujud integral dalam dunia usaha, khususnya dalam aktivitas perusahaan. Isu terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan semakin berkembang luas sampai pada skala global sebagaimana yang dewasa ini dikenal dengan istilah "*Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial Perusahaan)". (Hasan & Andriany, 2015)

Corporate Social Responsibility jika ditinjau secara konseptual, dapat didefinisikan sebagai pendekatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian terhadap lingkungan khususnya tempat perusahaan tersebut beroperasi serta dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan yang didasarkan atas prinsip

sukarela dan kemitraan (Purnomo, 2024). Konsep CSR ialah selain berorientasi pada keuntungan (*profit*), perusahaan juga memiliki kewajiban terkait dengan *stakeholder*. Dalam hal ini, perusahaan perlu menciptakan hubungan yang baik dengan para *stakeholder*. *Corporate social responsibility* dalam penerapannya, mestinya lebih mengedepankan kemaslahatan serta tidak hanya mengejar keuntungan semata. Terkait dengan hal ini, Islam memandang praktik CSR adalah sesuatu yang wajib, unsur tanggung jawab sosial yang terkandung dalam penerapan CSR merupakan unsur yang fundamental dalam sudut pandang syariah (Fadli & Yuliani, 2022). Keterkaitan antara CSR dengan etika ekonomi Islam salah satunya ialah berdasarkan prinsip keseimbangan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) erat kaitannya dengan konsep kesatuan, *al-adl* serta *al-ihsan* yang menunjukkan terciptanya keseimbangan serta kesetaraan sosial (Anwar, 2023).

Memasuki era teknologi, perusahaan dalam menjalankan bisnisnya kerap kali masih kurang bertanggung jawab secara sosial. Perusahaan seringkali melalaikan optimalisasi terkait dengan persoalan *corporate social responsibility*. Banyak permasalahan yang timbul terkait dengan CSR, seperti kurangnya perusahaan dalam memberikan perhatian atas dampak penggunaan digitalisasi terhadap lingkungan. Seperti misalnya mesin yang digunakan dalam beroperasi dapat menghasilkan limbah dalam jumlah yang besar akan membawa dampak yang buruk bagi lingkungan. Banyak perusahaan yang masih acuh terkait dengan penerapan CSR. Hal ini salah satunya disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang mendalam sehubungan dengan praktik CSR. Dengan demikian, persoalan ini dapat diredam dengan lebih memperhatikan etika dalam berbisnis. Perlunya menerapkan etika bisnis sebagai upaya optimalisasi CSR yang sekarang ini telah jarang diperhatikan. Upaya dalam mencapai kesuksesan sebuah perusahaan, tidak hanya dengan memperhatikan manajemen dan kualitas sumber daya yang baik, melainkan juga perlu untuk menerapkan etika yang baik dalam berbisnis (Eka et al., 2024).

Salah satu contoh pelanggaran etika bisnis yang pernah terjadi pada tahun 2019 lalu, sebagaimana diberitakan bahwa adanya dugaan puluhan perusahaan besar swasta di Sumatera Barat yang tidak merealisasikan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat sekitar. Sehubungan dengan ini, pemerintah mengambil langkah perihal persuratan kepada beberapa perusahaan yang bersangkutan sebagai bentuk peringatan. Lebih lanjut, apabila hal ini tidak direspon maka perlu untuk mengambil tindakan sesuai dengan aturan yang berlaku seperti misalnya pencabutan izin kegiatan usaha (Maulana, 2019). Hal ini membuktikan bahwa betapa pentingnya pengimplementasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan dalam mewujudkan keberlanjutan usahanya.

Di sisi lain, perusahaan-perusahaan besar yang ada di Indonesia yang menjadikan CSR sebagai program kerja tahunan diantaranya seperti PT. HM Sampoerna yang konsisten terkait dengan CSR di bidang beasiswa dan pendidikan, PT. Gudang Garam Tbk terkait dalam pelestarian flora dan fauna, serta PT. Sido Muncul pada bidang budaya. Perusahaan ini merupakan sebagian contoh dari perusahaan besar lainnya yang mampu membuktikan eksistensinya dalam bisnis sebagaimana turut mengimplementasikan kegiatan CSR, bahkan menjadikan CSR sebagai program kerja tahunan yang dikerjakan secara serius dalam berbagai bidang sosial. Begitu pula dalam dunia lembaga bisnis syariah, CSR telah menjadi tren yang menarik bahkan penting untuk dilakukan (Fahrurrozi, 2016).

Secara umum, setidaknya terdapat tiga alasan terkait dengan pentingnya persoalan *Corporate Sosial Responsibility* bagi kalangan bisnis dalam perputaran roda usahanya. Pertama, sebagai bagian dari masyarakat, perusahaan tentunya perlu memperhatikan serta tidak mengesampingkan kepentingan masyarakat. Kedua, dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan seharusnya mampu menciptakan suanana yang bersifat saling menguntungkan (*simbiosis mutualisme*) dengan masyarakat. Ketiga, penerapan *Corporate Sosial Responsibility* merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan sebagai bentuk etika dalam berbisnis bisnis serta untuk meredam ataupun menghindari konflik sosial yang bisa saja terjadi sewaktu-waktu (Munif & Fitri, 2023). Seperti yang telah diseruhkan Allah SWT dalam surah An- Nahl (16) : 90) :

“Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat” (Kementerian Agama, 2014).

Ayat tersebut, jelas diterangkan bahwa sebagai makhluk sosial terkait dengan segala aktivitas yang dilakukan di muka bumi ini, kita diperintahkan agar senantiasa selalu berbuat dalam kebaikan dan berlaku adil serta tidak diperbolehkan untuk melakukan perbuatan yang buruk yang dapat mendatangkan kemungkaran-Nya. Ketamakan, riba dan harus serba hati-hati maupun serba perhitungan yang kerap kali diikuti oleh pelaku bisnis, ternyata menimbulkan kesadaran etis yang berkaitan dengan keberlanjutan korporasi (*corporate sustainability*), terutama apabila dikaitkan dengan isu pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Pemicu hal ini terjadi karena aktivitas usaha yang bersifat eksploitatif yakni pemanfaatan sumber daya alam tanpa memperhatikan tanggung jawab terhadap lingkungan baik secara fisik maupun dari segi sosial. Apabila hal ini terjadi secara terus-menerus, tentu saja akan mengancam keberlanjutan serta ketersediaan energi maupun bahan baku. Selain itu, besar kemungkinan terjadinya disharmonisasi sosial antara

perusahaan sebagai pelaku usaha dengan masyarakat lingkungannya (Totok Mardikanto, n.d.). Bahkan hal ini bisa saja berpengaruh terhadap citra ataupun eksistensi suatu Perusahaan. Dengan demikian, penulis pada kajian ini berinisiatif untuk mendeskripsikan lebih lanjut terkait bagaimana peran penting penerapan *Corporate Sosial Responsibility* dalam mempertahankan keberlangsungan usaha sebuah perusahaan serta bagaimana islam memandang aktivitas *Corporate Sosial Responsibility*.

METODE PENELITIAN

Kajian Ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian dengan melakukan penyelidikan atau studi sistematis dengan mengumpulkan dan memanfaatkan data baik yang berasal dari internet maupun dari sumber-sumber kepustakaan lainnya seperti dokumen, buku, majalah, dan narasi historis serta berbagai literatur lainnya (Sari, 2021).

Dalam penelitian ini, penulis memperoleh data dari beberapa literatur baik berupa buku maupun publikasi jurnal yang memiliki tema yang sama dengan pokok pembahasan dalam kajian ini yaitu menyangkut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), untuk selanjutnya didiskusikan bersama tim penulis guna mengambil kesimpulan yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam penulisan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Corporate Sosial Responsibility*

Corporate Sosial responsibility adalah salah satu kewajiban yang harus dijalankan oleh sebuah perusahaan untuk mematuhi setiap ketentuan hukum dalam menjalankan sektor bisnisnya. Terkait dengan hal ini, dalam pasal 74 Undang- undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas, menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan , serta adanya pemberian sanksi bagi perseroan yang tidak melaksanakan kewajibannya tersebut, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. ketentuan pelaksanaan pengenaan sanksi bagi perusahaan yang tidak melaksanakan kegiatan CSR, diatur dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yakni berupa sanksi administratif yang harus dipatuhi (Rahmania, 2023).

Corporate sosial responsibility dalam hal ini diibaratkan sebagai "*good neighborliness*" yang berarti bahwa di mana pun perusahaan menjalankan operasi bisnisnya, harus tetap memperhatikan kondisi kehidupan masyarakat sekitarnya. Perusahaan tidak boleh

menganggap masyarakat sebagai pihak asing, sehingga perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya memiliki kepedulian untuk dapat membantu memecahkan berbagai persoalan yang dihadapi Masyarakat. Kepedulian Perusahaan dapat dilakukan dengan menjaga kelestarian lingkungan. Disamping itu, untuk menjalin hubungan yang baik antara kedua belah pihak (Perusahaan dan Masyarakat), maka keduanya dituntut untuk saling menghargai dalam menjalankan aktivitas dan kebutuhan masing-masing (Hasan & Andriany, 2015).

Corporat Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan ialah suatu wujud komitmen oleh perusahaan terkait dengan kewajibannya dalam mengambil kebijakan serta sebuah keputusan dengan turut mengikutsertakan perhatiannya terhadap para pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam melakukan aktivitas berlandaskan ketentuan hukum yang berlaku. *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut *World Bussiness Concil for Sustainable Development* (WBCSD), ialah komitmen bisnis yang berkelanjutan dalam memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang diwujudkan melalui kerja sama dengan para karyawan atau perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun Masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat baik untuk bisnis maupun untuk pembangunan (Amar, 2023). Lebih lanjut, berikut ini beberapa pandangan tokoh terkait dengan definisi CSR :

a. Jones (1980)

Corporate Social Responsibility ialah tanggung jawab Perusahaan yang tidak hanya ditujukan untuk pemegang saham saja, melainkan untuk kelompok konstituen yang ada dalam Masyarakat juga turut bertanggung jawab. Dari pengertian ini, Jones menekankan dimensi kesukarelaan dan pemangku kepentingan.

b. Frederick (1992)

Corporate Social Responsibility merupakan prinsip yang berarti bahwa Perusahaan seharusnya memegang tanggung jawab atas dampak dari segala tindakan mereka terhadap Masyarakat serta lingkungan.

c. Reder (1994)

Corporate Social Responsibility ialah konsep yang merujuk pada cara sebuah Perusahaan dalam melakukan operasi internal, termasuk cara memperlakukan baik tenaga kerja maupun dampaknya terhadap dunia sekitarnya (Hasan & Andriany, 2015).

Secara sederhana dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan ialah bentuk komitmen perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya baik dalam hal kebijakan maupun pengambilan keputusan, turut mengikutsertakan kepentingan para stakeholdernya termasuk di dalamnya masyarakat

sekitar, dengan cara saling menguntungkan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan selama perusahaan beraktivitas.

Konsep Etika dalam Bisnis

Etika bisnis merupakan prinsip moral yang dijadikan sebagai landasan dalam menjalankan sebuah bisnis (Kristanti et al., 2023). Aktivitas dalam berbisnis dilakukan tentunya sangat perlu untuk memperhatikan etika dalam rangka pencapaian tujuan bisnis yang diharapkan. Bisnis yang didasarkan atas etika, artinya bisnis yang dilakukan dengan metode yang baik serta cara berfikir yang sesuai dengan nilai etika yang berkembang dalam masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir bahkan menghindari kerugian yang dialami hanya dari satu pihak saja. Dengan kata lain, usaha yang berdasar atas etika, akan berjalan tanpa merugikan pihak lain. Dalam kondisi apapun, perusahaan perlu sadar akan moral, agar dalam memutuskan suatu kebijakan akan tetap bernilai etika. Bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha itu sendiri agar tetap terus mengungguli persaingan serta tetap mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaannya (Butarbutar, 2019).

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam dunia bisnis yang baik, sesungguhnya tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari, yang berkaitan erat dengan sistem yang dianut dalam kehidupan masyarakat. Diantara prinsip-prinsip tersebut, antara lain :

a. Prinsip otonomi

Prinsip otonomi ialah kemampuan pelaku usaha dalam mengambil keputusan serta melakukan tindakan berdasarkan kesadaran tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan.

b. Prinsip kejujuran

Bisnis tidak akan bertahan lama apabila mengabaikan aspek kejujuran di dalamnya. Dalam hal ini, terdapat tiga hal termasuk dalam lingkungannya. Pertama, jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontrak. Kedua, jujur dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu harga yang sebanding. Ketiga, jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu Perusahaan.

c. Prinsip keadilan

Prinsip ini mencerminkan sikap perlakuan yang adil pada setiap stakeholder, yang dilakukan atas dasar kesesuaian aturan yang berlaku, rasional, objektif serta dapat dipertanggungjawabkan.

d. Prinsip saling menguntungkan (*mutual benefit principle*)

Prinsip ini menuntut agar bisnis yang dijalankan, dapat memberikan keuntungan pada semua stakeholdernya tanpa mengorbankan salah satu pihak.

e. Prinsip integritas moral

Prinsip ini menuntut agar pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya, tetap menjaga nama baik perusahaan (A. Sonny Keraf, 1998).

Bisnis yang baik, merupakan bisnis yang dijalankan atas dasar etika yang berdasarkan atas beberapa prinsip diantaranya prinsip otonomi, kejujuran, keadilan, saling menguntungkan serta berintegritas moral. beberapa prinsip ini sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah usaha, salah satunya dalam mempertahankan keberadaannya di tengah-tengah persaingan ketat dalam dunia dunia bisnis.

Etika Bisnis dalam Islam

Etika bisnis islam didefinisikan yakni seperangkat prinsip moral untuk menentukan sikap pelaku usaha terkait dengan apa yang harus dilakukan serta apa yang tidak dibolehkan. Hal ini didasarkan atas konsep halal haram. Dikatakan halal (dibolehkan) apabila dalam operasionalnya bersifat etis. Sebaliknya, diharamkan (tidak diperbolehkan) apabila dalam operasionalnya tidak bersifat etis (Rafik Issa Beekun, 2004).

Aksioma etika bisnis mencakup *unity* (tauhid), *equilibrium* (kesimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility* (tanggung jawab) dan *benevolence* (kebajikan). Lebih lanjut terkait hal ini, antara lain sebagai berikut : (Rafik Issa Beekun, 2004)

1. *Unity* (tauhid)

Dalam teologi islam, tauhid berarti pengesaan Tuhan. Tauhid merupakan salah satu karakteristik dalam ekonomi islam. Keyakinan akan keesaan Tuhan ini akan mempengaruhi pemahaman individu dengan kesadarannya sendiri untuk tidak melakukan perbuatan yang tidak etis khususnya dalam ini terkait dengan aktivitas ekonominya.

2. *Equilibrium / Adl* (keseimbangan / keadilan)

Keadilan dalam sistem ekonomi islam merefleksikan tiga asas utama diantaranya tidak berlebih-lebihan, persamaan dan pemerataan. Al-Qur'an menganjurkan agar redistribusi kekayaan sebagaimana merupakan hal yang penting guna menciptakan ekonomi yang sehat. Keseimbangan harus terseralisasi pada setiap unsur kehidupan.

3. *Free will* (kehendak bebas)

Konsep kehendak bebas terkait dengan dunia bisnis, dapat diwujudkan dengan beberapa hal seperti tidak bersikap monopolistik, bebas bertransaksi formal (jual beli, tabungan, investasi dan kerjasama) selama dalam garis halal haram serta tidak melakukan paksaan kepada pihak lain dalam melakukan transaksi bisnis tersebut.

4. *Responsibility* (tanggung jawab)

Manusia dalam kehidupannya, selain memiliki tanggung jawab kepada dirinya sendiri, juga bertanggung jawab atas sosial. Allah senantiasa menegaskan kepekaan manusia terhadap peranan serta kondisi sosialnya. Aksioma tanggung jawab dapat diwujudkan dalam bentuk kejujuran, memberikan bantuan kaum miskin secara moril maupun materil, bertanggung jawab atas kesalahan, berani menolak transaksi yang tidak sesuai dengan syariat, menciptakan lapangan kerja serta bagi Perusahaan sendiri ialah perlunya menggalangkan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*).

5. *Benevolence* (Kebajikan)

Kebajikan dapat diartikan sebagai sebuah tindakan yang menguntungkan orang lain disamping kepentingan diri sendiri. Penerapan konsep Kebajikan dalam etika bisnis ini dapat diwujudkan dalam beberapa sikap misalnya dengan mengurangi harga bagi konsumen dengan ekonomi lemah, menciptakan lingkungan yang danai, berlaku santun dan lain sebagainya.

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, dapat disimpulkan yakni prinsip etika bisnis secara umum dan prinsip etika bisnis secara islam sama-sama berorientasi atas kepentingan bersama. Bisnis yang baik dilakukan dengan memperhatikan koridor etika yang etis. Bisnis yang baik berarti bisnis yang beretika.

Urgensi *Corporate Social Responsibility* dalam Memperkuat Eksistensi Perusahaan

Eksistensi Perusahaan dapat diartikan yakni sebagaimana merupakan kemampuan suatu korporasi (perusahaan) untuk tetap beroperasi serta berkembang dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan di dalamnya, mengingat pertumbuhan ekonomi serta persaingan bisnis yang semakin ketat. Sehubungan dengan ini, pelaku usaha perlu untuk menetapkan strategi dan pandangan yang tepat dalam rangka mempertahankan keberadaan perusahaannya (Taufiq et al., 2023).

Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk kesadaran perusahaan dalam meningkatkan hubungan dengan masyarakat serta lingkungan sekitar tempatnya beroperasi. CSR sangat penting dan nyata dalam mendorong semakin luasnya tanggung jawab sosial perusahaan untuk menciptakan keseimbangan pembangunan baik dari aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan. Salah satu

pertimbangan perusahaan melakukan CSR ialah untuk mematuhi regulasi dan hukum yang mengatur tentang perusahaan. Investasi perusahaan dalam membentuk citra positif. Selain itu, penerapan CSR juga menjadi salah satu strategi perusahaan untuk memperoleh lisensi dari masyarakat setempat serta untuk meminimalisir risiko (Jayuska et al., 2023).

Urgensi penerapan *Corporate Social Responsibility* ialah dapat meningkatkan komitmen organisasi, citra perusahaan, dan kinerja perusahaan. Hal ini karena penerapan CSR memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan sebagaimana dapat memupuk motivasi karyawan akibat kebijakan perusahaan untuk mengikutsertakannya dalam pengimplementasian CSR, sehingga CSR dianggap sebagai salah satu hal yang penting dalam perusahaan dalam kaitannya dengan penciptaan keseimbangan dan kesejahteraan sosial dalam masyarakat. Selain itu, urgensi penerapan CSR perusahaan tidak terbatas hanya untuk pembuktian terkait dengan kontribusinya kepada stakeholder, tetapi juga mampu menciptakan keunggulan yang kompetitif sebagaimana dapat dijadikan salah satu strategi oleh sebuah perusahaan dalam rangka mempertahankan keberlangsungan bisnisnya, salah satunya melalui peningkatan citra perusahaan (Mustofa & Trisnaningsih, 2022).

Manfaat penerapan *corporate social responsibility* disebutkan Yusuf Wibisono dalam bukunya yang berjudul "Membedah Konsep dan Aplikasi CSR" ialah dapat dilihat dari aspek stakeholder CSR itu sendiri. Bagi Perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility*, ialah dapat tumbuh dan berkembang serta memiliki reputasi yang baik dalam masyarakat sehingga mengalami keberlanjutan usaha, akan mempermudah perusahaan memperoleh modal. Perusahaan mampu menciptakan bahkan mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. Selain itu, perusahaan pun akan dapat meningkatkan pengambilan keputusan apabila terjadi hal-hal yang krusial dan mampu mengelola dengan baik manajemen resiko (*risk management*) (Ardani & Mahyuni, 2020). Lebih lanjut, mengurai lebih rinci terkait dengan manfaat *corporate social responsibility*, antara lain, (1) Meningkatkan citra perusahaan, (2) Memperkuat "brand" Perusahaan, (3) Mengembangkan kerjasama dengan para pemangku kepentingan, (4) Membedakan perusahaan dengan pesaingnya, (5) Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan, (6) Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan, (7) Meningkatkan harga saham, (8) Mudah mendapatkan social license to operate, (9) Mereduksi resiko bisnis Perusahaan, (10) Melebarkan akses sumber daya, (11) Membentangkan akses menuju market (12) Mereduksi biaya, (13) Memperbaiki hubungan dengan stakeholder, (14) Memperbaiki hubungan dengan regulator. (15) Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, dan (16) Peluang dalam mendapatkan penghargaan (Totok Mardikanto, n.d.).

Moody rizqy syailendra dalam penelitiannya bahwa, perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya tidak hanya untuk membantu pemerintah dalam mewujudkan kesejahteraan sosial masyarakat secara menyeluruh, melainkan perusahaan dalam hal ini juga tentu memperoleh keuntungan yang paling utama ialah terciptanya reputasi yang baik di mata masyarakat, mewujudkan keberlanjutan (*sustainable*) perusahaan serta mencegah konflik dengan *stakeholder*, menciptakan keberlanjutan lingkungan yang merupakan salah satu investasi jangka panjang karena dapat memperkecil biaya produksi, disamping untuk menciptakan keunggulan yang lebih menonjol dibandingkan dengan para pesaing (Laurencia, 2023).

Terkait dengan urgensi *Corporate Social Responsibility*, dapat disimpulkan bahwa kegiatan CSR ialah merupakan wujud etika bisnis yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), baik yang berasal dari dalam perusahaan, maupun dari luar perusahaan. Jika meninjau ulang terkait dengan regulasi, kegiatan CSR ini merupakan kegiatan yang wajib untuk dilakukan bagi setiap perusahaan, sebagaimana telah diatur dalam pasal 74 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang secara tegas menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau yang berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, perusahaan yang tidak menjalankan CSR akan dikenakan sanksi sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Regulasi ini mengatur secara jelas terkait dengan perusahaan yang tidak melaksanakan kewajibannya terkait dengan CSR, akan dikenakan sanksi administratif.

Beberapa prinsip dalam etika bisnis merupakan koridor pelaku usaha dalam menjalankan roda bisnisnya. Bisnis yang baik tidak hanya mementingkan aspek keuntungan semata. Mengejar keuntungan dalam berbisnis bukan hal yang dilarang, justru merupakan faktor utama dalam memicu motivasi pelaku usaha. Tetapi dalam aktivitas ini, perusahaan harus pula mengimplementasikan prinsip kejujuran, keadilan, moral, serta yang paling penting ialah saling menguntungkan bagi semua pihak. Pelaku usaha dalam aktivitas bisnisnya, harus mampu memilah terkait dengan perilaku yang pantas maupun yang tidak pantas dalam membuat atau memutuskan suatu kebijakan.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam menjalankan kewajibannya melalui penerapan CSR salah satunya untuk menjaga eksistensi perusahaan. Selain untuk membangun citra positif dalam masyarakat, CSR juga dapat mempermudah perusahaan untuk memperoleh *social license to operate* dari masyarakat setempat. terkait dengan hal ini, masyarakat sekitar merupakan komunitas utama bagi perusahaan. Apabila

masyarakat dapat merasakan keuntungan yang diperoleh dari perusahaan, maka hal ini tentu akan membawa pengaruh positif terhadap perusahaan itu sendiri. Masyarakat akan merasa memiliki perusahaan, sehingga respon yang diberikan sebagai wujud timbal balik kepada perusahaan adalah keleluasaan untuk menjalankan roda bisnisnya. Dengan demikian, perusahaan akan mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya tanpa mengkhawatirkan terjadinya konflik dengan pihak luar karena adanya keharmonisan antara kedua belah pihak.

Berdasarkan beberapa manfaat yang diurai di atas, dapat disimpulkan bahwa betapa pentingnya perusahaan dalam kewajibannya terkait dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Manfaat dapat dirasakan baik untuk perusahaan itu sendiri, maupun untuk para *stakeholder* lainnya.

Pandangan Islam terkait *Corporate Social Responsibility*

Konsep utama ekonomi islam ialah ditinjau dari nilai-nilai syariah, menekankan prinsip-prinsip yang dapat membantu pelaku ekonomi mencapai keseimbangan dan keadilan tanpa mengesampingkan aspek kehalalan dan keharaman. Adanya larangan eksploitasi lingkungan, tindakan penipuan, manipulasi, riba, maysir dan lain sebagainya ialah komponen utama dalam ekonomi islam dengan tujuan mencegah terjadinya penyalahgunaan dan menjamin pembagian kekayaan secara adil. Konsep keadilan ini merupakan gabungan antara etika, moralitas dan pemberdayaan masyarakat dengan melihat ekonomi dari segala aspek. Maka dengan ini, tidak heran apabila pembahasan terkait dengan *corporate social responsibility* dapat dijumpai dalam ekonomi islam (Ridwanto et al., 2023).

Membahas tentang tanggung jawab manusia menurut Al-Qur'an, jika merujuk pada surah al-Mukminun ayat 115, dapat dipahami bahwa manusia merupakan makhluk fungsional yang memegang tanggung jawab baik terhadap dirinya sendiri, sesama makhluk, maupun terhadap alam tempat tinggalnya dan yang paling utama ialah tanggung jawab terhadap sang Ilahi. Setiap individu, kelompok ataupun organisasi pada hakikatnya semua mempunyai tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Tanggung jawab seseorang ataupun organisasi merupakan bentuk etika berupa kemampuan untuk senantiasa berbuat baik terhadap lingkungan sosial hidup yang berdasar atas aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat kebajikan merupakan salah satu dari unsur kecerdasan spiritual (Badruddin, 2023).

Tujuan dari syariat islam ialah *maqasid al-syariah*, yakni untuk menciptakan kemaslahatan, begitu pun dalam berbisnis. Dalam islam, berbisnis tidak hanya semata-mata

mengejar keuntungan. Tujuan CSR dalam islam ialah untuk mencapai keadilan sosial dan untuk memperoleh keberkahan baik pada saat di dunia, terlebih di akhirat kelak (Wiyandari & Wardiwiyo, 2023). Penerapan CSR yang sesuai dengan prinsip islam selain untuk mengejar keuntungan, juga haruslah merujuk pada pembangunan masyarakat yang adil dan berkelanjutan. Dengan pengimplementasian CSR ini akan menciptakan sinergi antara ekonomi islam dan CSR itu sendiri sebagaimana secara bersama- sama membentuk fondasi ekonomi yang jauh lebih baik dan mampu bertahan lama (Ridwanto et al., 2023).

Beberapa prinsip islam dalam menjalankan bisnis terkait dengan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya sebagai berikut : (Wiyandari & Wardiwiyo, 2023)

- a. Menjaga serta melestarikan lingkungan (surah Al-Maidah ayat 32)
- b. Upaya dalam meberantas kemiskinan (surah Al-Hasyr ayat 7)
- c. Mengutamakan moral yang baik (surah Al-Maidah ayat 103)
- d. Jujur serta Amanah (surah Al-Anfal ayat 27)

Pengimplementasian CSR dapat dibedakan antara CSR secara universal dengan secara Islami, diantaranya yang membedakan ialah (1) konsep *al-adl*, yakni dalam setiap usaha diwajibkan untuk senantiasa berlaku adil baik untuk orang lain, lingkungan sosial maupun alam semesta, (2) *al-ihsan*, artinya dalam islam dianjurkan untuk selalu berbuat baik kepada sesama manusia, (3) manfaat, sebagaimana dalam islam konsep tentang *al-ihsan* dan manfaat haruslah saling melengkapi dalam mengupayakan kemaslahatan, (4) Amanah, artinya perusahaan dalam penerapan CSR haruslah memahami serta mampu menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis berada dipihaknya (Eka Putri et al., n.d.).

Terkait dengan ini, islam memandang *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) sebagai aktivitas yang sangat penting untuk dilakukan mengingat CSR merupakan salah satu wujud kebajikan agar terciptanya kesejahteraan yang adil bagi setiap komponen dalam lini kehidupan, baik untuk perusahaan itu sendiri, lingkungan sosial, alam semesta serta sebagai salah satu wujud pertanggung jawaban terhadap Allah SWT. Perusahaan memperoleh manfaat baik dari segi keuntungan finansial sementara *stakeholder* lainnya salah satunya seperti Masyarakat dalam hal ini dengan adanya pemberlakuan CSR akan merasakan banyak manfaat utamanya dari segi ekonomi, sehingga terciptanya keseimbangan. Distribusi kekayaan tidak hanya beredar untuk segelintir orang saja. Prinsip etika dalam islam dilakukan berdasarkan asas *unity* (tauhid), *equilibrium / Adl'* (keseimbangan dan keadilan), kehendak bebas, tanggung jawab serta kabajikan. Sebagai salah satu prinsip yang terkandung dalam etika bisnis islam, menunjukkan bahwa pengimplementasian CSR bagi perusahaan memang suatu hal yang penting dilakukan. Bisnis yang halal (diperbolehkan)

merupakan bisnis yang dijalankan berdasarkan atas asas syariat islam. Hal ini pun relevan dengan Firman Allah dalam surah Al-hadid ayat 7 :

أٰمِنُوٓا۟ بِاللهِ وَرَسُوْلِهِ وَاَنْفِقُوْا۟ مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلِفِيْنَ فِيْهِۗ فَاَلَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ

Terjemahnya :

"Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antarmu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar." (Kementerian Agama, 2015)

Berdasarkan ayat tersebut, jelas bahwa dalam islam telah diajarkan untuk selalu memanfaatkan perolehan harta yang notabeneanya merupakan titipan dari- Nya, untuk dikeluarkan sebagian dalam jalan kebajikan. Terkait dengan hal ini, pemberlakuan CSR untuk setiap perusahaan merupakan wujud pemanfaatan perolehan harta dari keuntungan bisnis dalam menciptakan kemaslahatan.

SIMPULAN

Corporate Social Responsibility (CSR) berkaitan dengan etika dalam berbisnis. *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha, organisasi ataupun *corporate* (perusahaan) sebagai bentuk kepeduliannya dalam meminimalisis dampak yang dapat berimbas kepada para *stakeholder* akibat aktivitas bisnis. Tidak terkecuali bagi masyarakat serta lingkungan sekitar wilayah operasional perusahaan. Olehnya itu, demi menciptakan keberlanjutan usaha, pengimplementasian CSR memegang peranan penting. Diantaranya, mewujudkan keseimbangan baik dari segi ekonomi, sosial maupun lingkungan, memotivasi kinerja karyawan, keunggulan kompetitif, mempermudah perolehan modal, mengembangkan kerjasama antar pemangku kepentingan, membuka akses investasi mereduksi resiko bisnis serta membentuk reputasi yang baik. Beberapa hal ini menjadi faktor yang dapat mendukung keberlanjutan sutau Perusahaan. Terjalannya hubungan yang baik antara pelaku usaha dengan para *stakeholder*, akan mempermudah jalannya suatu usaha. Perusahaan dengan nilai reputasi yang baik, mendatangkan keuntungan berupa izin operasi dari lingkungan sekitar, sehingga hal ini akan berdampak pula pada kemampuan perusahaan untuk tetap mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah masyarakat. Di samping itu, islam dalam memandang *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu bentuk kebajikan yang penting untuk dilakukan dalam menciptakan kesejahteraan yang adil baik bagi

setiap aspek kehidupan. Baik bagi perusahaan itu sendiri, sesama manusia, ataupun alam sekitar, terutama dalam kaitannya dengan ekonomi, sebagaimana pengimplementasian CSR dalam mewujudkan keseimbangan ekonomi diantara sesama makhluk sosial di muka bumi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sonny Keraf. (1998). *Etika Bisnis Tuntutan Dan Relevansinya*. Kanisius.
- Amar, S. S. (2023). URGENSI PERAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) TERHADAP PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2020-2022. *PUBLIC CORNER*, 18(1), 8–23.
- Anwar, K. (2023). Implementasi CSR dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di PT Pisma Putra Textile Kabupaten Pekalongan). *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(02), 103–109.
- Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan corporate social responsibility (CSR) dan manfaatnya bagi perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12–23.
- Badruddin, A. (2023). CSR dalam Perspektif Al-Quran. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 1617–1633.
- Butarbutar, B. (2019). Peranan etika bisnis dalam bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(2), 187–195.
- Eka, A., Ulya, H. F. H., Amalia, R. Y., & Nida, E. K. (2024). Urgensi Etika Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Optimalisasi Corporate Social Responsibility. *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 265–272.
- Eka Putri, A. A., Pradifta, H., Arifin, S., & Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, U. (n.d.). Etika Bisnis Islam Dalam Corporate Social Responsibility PT Bank Syariah Indonesia Tbk. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 5(2), 2021. https://doi.org/10.22236/alurban_vol5/is2pp169-184
- Fadli, A. V., & Yuliani, Y. (2022). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam (Studi Kasus PT. Kimia Farma, Tbk). *Al-Dzahab: Journal of Economics, Management & Business, and Accounting*, 3(1), 50–60.
- Fahrurrozi, M. (2016). *Hakikat Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam*.
- Hasan, S., & Andriany, D. (2015). Pengantar CSR, Sejarah, Pengertian dan Praksis. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Jayuska, A., Rusi, I., & Satyahadewi, N. (2023). Pengabdian pada Masyarakat dalam Pemetaan Kondisi Sosial dan Potensi Desa Karimunting Kabupaten Bengkayang. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 209–216.
- Kementerian Agama, R. I. (2014). *Al Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya Surabaya*. Halim Publishing.
- Kementerian Agama, R. I. (2015). *Al-Qur'an. Al-Qur'an Dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah*.
- Kristanti, D., Kardini, N. L., Sucandrawati, N., Alaslan, A., Harto, B., Hidayati, M., Ashriana, A. N.,

- Irawan, B., & Astari, A. A. E. (2023). Etika Bisnis. *Padang: Global Eksekutif Teknologi*.
- Laurencia, C. (2023). Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Sebagai Kewajiban Hukum di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 3197–3208.
- Maulana, A. (2019). Puluhan perusahaan sawit diduga tidak realisasikan CSR. *ANTARA News, Last Modified*.
- Munif, M. V. M., & Fitri, A. Z. (2023). URGENSI CORPORATE SOSIAL RESPONBILITY AND ETHICS IN EDUCATION. *Dar El-Ilmi: Jurnal Studi Keagamaan, Pendidikan Dan Humaniora*, 10(2), 141–150.
- Mustofa, A. W., & Trisnaningsih, S. (2022). Studi Literatur: Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(2), 809–819.
- Purnomo, H. (2024). Indikasi Kegagalan Pembangunan Berkelanjutan dari Implementasi Program CSR. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(3), 667–679.
- Rafik Issa Beekun. (2004). *Etika Bisnis Islam*. Pustaka Pelajar.
- Rahmania, A. (2023). Urgensi Pengaturan Sanksi bagi Perusahaan yang Tidak Melaksanakan Corporate Social Responsibility. *Unes Law Review*, 6(2), 4780–4788.
- Ridwanto, R., Misbach, I., & Siradjuddin, S. (2023). Urgensi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam: Sebuah Meta-Sintesis. *Jurnal Mirai Management*, 8(3).
- Sari, R. K. (2021). Penelitian kepustakaan dalam penelitian pengembangan pendidikan bahasa Indonesia. *Jurnal Borneo Humaniora*, 4(2), 60–69.
- Taufiq, F. A., Basalamah, M. R., & Mustapita, A. F. (2023). Analisis Strategi Digital Content Marketing Untuk Mempertahankan Eksistensi Perusahaan Dalam Mewujudkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Elbond Education Event Organizer). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Totok Mardikanto. (n.d.). *CSR (Corporate Social Responsibility) Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. 2nd edn (ALFABETA, 2018).
- Wiyandari, N., & Wardiwiyo, S. (2023). Pertanggungjawaban Sosial Islam Pada Institusi Bisnis Islam. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 810–824.