

Etika Bisnis Islam pada Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Indriyani Dwi Rahmawati¹, Dedah Jubaedah²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

indriyani.dr@uinsgd.ac.id

dedahjubaedah@uinsgd.ac.id

Abstrak

Perusahaan menjadi salah satu pilar pembangunan perekonomian dan perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari masyarakat. Profit bukanlah satu-satunya tujuan dari didirikannya perusahaan, tetapi perusahaan juga dituntut untuk menciptakan kesejahteraan. Artikel ini akan membahas penerapan prinsip Corporate Social Responsibility dalam perspektif etika bisnis Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif naratif dengan metode tinjauan literatur (literature review) untuk menginformasikan kepada pembaca hasil-hasil penelitian yang berkaitan erat dengan topik yang diteliti serta menghubungkan topik penelitian dengan literatur yang ada. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data sekunder dengan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis dan analisis data Miles dan Huberman, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Praktik CSR Indonesia telah dilakukan oleh beberapa perusahaan pada beberapa sektor seperti Pertamina pada CSR bidang ekonomi, Bank BRI pada CSR bidang Pendidikan, Adaro CSR bidang lingkungan, Universitas BSI CSR bidang sosial, dan Huawei Indonesia CSR Bidang Infrastruktur

Kata Kunci: CSR, Islam, Ekonomi

Abstract

Companies are one of the pillars of economic development and companies cannot stand alone without the support of the community. Profit is not the only goal of the establishment of the company, but the company is also required to create welfare. This article will discuss the application of the principles of Corporate Social Responsibility in the perspective of Islamic business ethics. This study uses a narrative qualitative approach with a literature review method to inform readers of research results that are closely related to the topic being researched and connect the research topic with existing literature. The data collection technique used is a secondary data collection technique with the data analysis technique used is the Miles and Huberman data analysis and analysis technique, which consists of data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawn. Indonesia's CSR practices have been carried out by several companies in several sectors such as Pertamina in CSR in the economic sector, Bank BRI in CSR in the education sector, Adaro CSR in the environmental sector, BSI University CSR in the social sector, and Huawei Indonesia CSR in the infrastructure sector.

Keywords: CSR, Islamic, Economics

Pendahuluan

Pembangunan ekonomi memiliki tujuan untuk meningkatkan taraf kesejahteraan hidup masyarakat (Djadjuli, 2018) dan perlu dipandang sebagai sebuah proses agar dapat diamati dan dianalisis pola keterkaitan dan pengaruh antar faktor pada pembangunan ekonomi. Pandangan tersebut diperlukan untuk mengetahui dampak serta runtutan peristiwa dalam meningkatkan kegiatan ekonomi dan taraf kesejahteraan masyarakat (Syofya, 2017). Salah satu pilar pembangunan perekonomian Indonesia yang dapat membantu mewujudkan kesejahteraan adalah perusahaan (Yulianti, 2023). Susanto (2009) mengemukakan bahwa perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya dengan memfokuskan pada tiga hal yaitu profit, lingkungan, dan masyarakat (Lestari, 2019).

Keberadaan perusahaan tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan dari masyarakat (Syarifuddin, 2020). Tujuan perusahaan tidak hanya untuk memperoleh keuntungan tetapi perusahaan juga dituntut untuk bisa menciptakan kesejahteraan yang dirasakan oleh masyarakat, karyawan, dan para *stakeholder* serta menjaga kelestarian alam. Dengan demikian, setiap perusahaan memiliki kewajiban untuk berperan dalam komunitas sosial masyarakat melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Syarifuddin, 2020). Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen dunia usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup. Di Indonesia, kebijakan mengenai CSR diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007. Sebagaimana UUPT Nomor 40 Tahun 2007, Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, 2007).

Pada perspektif Islam, etika memberikan landasan moral dan hukum yang kokoh untuk praktik ekonomi yang berkesinambungan serta sesuai dengan ajaran agama. Prinsip etika bisnis Islam merupakan prinsip ekonomi Islam yang meliputi tauhid (kesatuan), keseimbangan (*equilibrium*), *free will* (kehendak bebas), *benevolence* (manfaat), dan *responsibility* (tanggung jawab) (Irsadunas et al., 2018). Sangat penting untuk pelaku usaha mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam mempraktekkan dan mengembangkan perusahaannya. Etika bisnis Islam tidak terbatas untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil dan beretika, tetapi juga memiliki peran untuk membentuk masyarakat yang berdasarkan pada nilai keadilan, solidaritas, dan keberkahan (Sri Lestari & Jubaedah, 2023).

Berdasarkan pernyataan di atas, sangat penting untuk para pelaku bisnis untuk mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam pada pengembangan dan praktik perusahaan mereka. Selain itu, dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, setiap perusahaan memiliki peran untuk berkontribusi terhadap lingkungan di lokasi perusahaan berkembang. Dengan demikian, artikel ini akan membahas Etika Bisnis Islam pada

Implementasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Beberapa kajian atau penelitian terdahulu yang mengkaji topik serupa di antaranya:

- a. *The Impact of PT PLN Tanjung Jati B's Corporate Social Responsibility on the Welfare of Micro, Small and Medium Enterprises* (2022) oleh Muhamad Yamin dan Fatchur Rohman dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik program Corporate Social Responsibility Goal perusahaan maka akan berdampak baik pada tingginya tingkat kesejahteraan UMKM (Yasin & Rohman, 2022).
- b. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Suatu Tinjauan Etika Bisnis Islam)* (2023) oleh Alliful Bastomi, Addiarahman, Anzu Elvia Zahara, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa, program CSR PT. Trimitra Lestari sudah berjalan cukup baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan (Bastomi et al., 2023).
- c. *Implementasi Program Kemitraan Dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mewujudkan Pembangunan Kesejahteraan* (2023) oleh Devi Yulianti dengan hasil penelitian program kemitraan CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada mitra usaha yaitu perusahaan kecil untuk mewujudkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi sehingga dapat memupuk keuntungan lebih besar dan menjadi usaha yang besar dan tangguh (Yulianti, 2023).

Tinjauan Literatur Etika Bisnis Islam

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani ethos yang berarti sikap, cara berpikir, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan dan watak kesusilaan. Istilah etika telah dipakai Aristoteles, filsuf Yunani, untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi etika berarti prinsip, norma dan standar perilaku yang mengatur individu maupun kelompok yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah. Etika bisnis (*business ethic*) berusaha untuk melarang perilaku bisnis, manajer perusahaan dan pekerja yang seharusnya tidak dilakukan.

Etika bisnis mempengaruhi bagaimana perusahaan berhubungan dengan para pekerjanya, bagaimana pekerja berhubungan dengan perusahaan dan bagaimana perusahaan berhubungan dengan agen atau pelaku ekonomi lain. Tanpa etika bisnis maka, perusahaan akan lepas kendali dan memanfaatkan berbagai cara untuk mencapai tujuan perusahaan (Nawatmi, 2010). Etika bisnis merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis. Masalah etika dan ketaatan akan norma agama dan hukum yang berlaku merupakan dasar kuat yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis dan akan menentukan sikap atau tindakan yang perlu diambil dalam mengelola bisnis (Hamzah & Hafid, 2014).

Secara filosofi etika memiliki arti yang luas sebagai pengkajian moralitas. Pada etika terdapat tiga fungsi dan perwujudannya yaitu etika deskriptif (*descriptive ethics*), menjelaskan pengalaman moral secara deskriptif untuk mengetahui motivasi, kemauan dan tujuan sesuatu tindakan dalam tingkah laku manusia. Kedua, etika normatif (*normative ethics*), berusaha menjelaskan mengapa manusia bertindak seperti yang mereka

lakukan, dan apakah prinsip-prinsip dari kehidupan manusia. Ketiga, metaetika (*metaethics*), berusaha untuk memberikan arti, istilah dan bahasa yang dipakai dalam pembicaraan etika, serta cara berfikir yang dipakai untuk membenarkan pernyataan-pernyataan etika. Metaetika mempertanyakan makna yang dikandung oleh istilah-istilah kesusilaan yang dipakai untuk membuat tanggapan-tanggapan kesusilaan (Irsadunas et al., 2018).

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi (Nawatmi, 2010).

Pada konsep bisnis Islam, berbisnis dapat didefinisikan sebagai fitrah pemenuhan kebutuhan dasar, berbisnis merupakan aktualisasi diri, berbisnis sebagai peningkatan status sosial, dan berbisnis untuk mengubah taraf hidup masyarakat (Tim Penulis, 2021). Kegiatan bisnis menurut Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang atau termasuk profitnya, tetapi dibatasi cara memperoleh dan pendayagunaan harta karena terikat pada aturan halal dan haram (Ully & Kelib, 2012).

Etika bisnis Islam sendiri dilatarbelakangi oleh ajaran Islam itu sendiri, bermula dari tujuan diutusnya Nabi Muhammad SAW untuk menyempurnakan akhlak atau etika. Etika dalam Islam didefinisikan sebagai sejumlah perilaku etis bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram (Irsadunas et al., 2018). Nawatmi (2010) menyatakan bahwa Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika (Irsadunas et al., 2018; Nawatmi, 2010).

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi SAW saat menjalankan perdagangan (Rahmat, 2017). Karakteristik Nabi SAW sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat shidiq, fathanah, amanah dan tabligh, ciri-ciri itu masih ditambah dengan sifat Istiqamah. Shidiq berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam. Istiqamah atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

Fathanah berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat. Amanah, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal. Tabligh, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Saifullah, 2011).

Corporate Social Responsibility

Sejarah Corporate Social Responsibility

Howard Bowen dikenal sebagai “Bapak CSR” yang memelopori lahirnya konsep CSR dengan ditandai dengan terbitnya buku yang berjudul *Social Responsibilities of Businessman* pada tahun 1953. CSR mulai berkembang pesat pada tahun 1960-an ketika persoalan kemiskinan dan keterbelakangan menjadi fokus perhatian pada setiap kalangan (Yulianti, 2023). Tahun 1960-an menjadi awal perkembangan formalisasi definisi CSR. Keith Davis merupakan salah satu akademisi CSR yang terkenal pada masa itu. “*Iron Law of Responsibility*” merupakan karya Davis yang menjadi keberhasilannya dalam memberikan pandangan mendalam atas hubungan CSR dengan kekuatan bisnis. Pada karyanya Davis menyatakan bahwa CSR pengusaha memiliki persamaan dengan kedudukan sosial yang mereka miliki. Perkembangan CSR selanjutnya terjadi pada tahun 1962 dengan buku berjudul *Silent Spring* karya Rachel Carlson yang memberikan pengaruh pada aktivitas pelestarian alam. Diikuti oleh Joseph W. McGuire tahun 1963 yang memperkenalkan istilah *Corporate Citizenship* bahwa korporasi harus memperhatikan masalah politik, Pendidikan, kesejahteraan masyarakat, “kebahagiaan” karyawan, dan seluruh permasalahan sosial kemasyarakatan lainnya. Sehingga korporasi harus bertindak bagi seperti layaknya warga negara yang baik (Siregar, 2016).

Pada tahun 1970-an, perkembangan CSR ditandai dengan penjelasan S. Prakash Sethi atas perilaku korporasi yang dikenal dengan *social obligation*, *social responsibility*, dan *social responsiveness*. *Social obligation* didefinisikan oleh Sethi sebagai perilaku korporasi yang didorong oleh kepentingan pasar dan pertimbangan hukum. *Social responsibility* didefinisikan sebagai perilaku korporasi yang tidak hanya menekan aspek ekonomi dan hukum tetapi juga menyeimbangkan *social obligation* dengan norma, nilai, dan harapan kinerja yang dimiliki oleh lingkungan sosial.

Pakar teori manajemen Peter F. Drucker, pada tahun 1984, memberikan ide agar korporasi mengelola aktivitas CSR sehingga tetap menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Kemudian pada tahun 1987 Persatuan Bangsa-Bangsa melalui *World Commission on Environment and Development* (WCED) menerbitkan laporan dengan judul *Our Common Future*. Laporan tersebut menjadi dasar kerjasama multilateral untuk mewujudkan *sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan.

Perkembangan CSR selanjutnya terjadi pada tahun 1992 dengan dilakukan KTT Bumi atau *Earth Summit* di Rio de Janeiro, Brazilia atas keprihatinannya pada banyaknya kasus yang dikategorikan sebagai kejahatan korporasi dengan melakukan cara tidak etis untuk memaksimalkan labanya. KTT tersebut dihadiri oleh 172 negara dengan tema utama *Environment and Sustainable Development*. Hasil dari KTT adalah Deklarasi Rio yang menegaskan bahwa konsep *sustainable development* tidak hanya menjadi tanggung jawab negara tetapi juga perusahaan yang kekuasaannya semakin berkembang. Kesimpulan akhir dari KTT secara garis besar adalah menekankan pentingnya *eco efficiency* sebagai prinsip utama dalam berbisnis dan menjalankan roda pemerintahan. Riset James Colins dan Jerry Porras turut menegaskan hasil KTT, bahwa perusahaan yang bertahan lama adalah perusahaan yang tidak hanya berfokus pada profit.

Konsep CSR juga mengalami perkembangan pada tahun 2002, dengan ditandai pertemuan yang dilaksanakan di Johannesburg dan dihadiri oleh para pemimpin dunia dengan kesepakatan pada dua konsep yang telah berkembang yaitu *environmental sustainability* dan *economic*. Sarbanas-Oxley 2002 dikeluarkan di Amerika, yang mengatur kewajiban direktur dalam membuat laporan keuangan sebagai upaya untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal serupa juga terjadi di Inggris pada Companies Act tahun 2007 terdapat aturan peningkatan kewajiban direktur untuk melaporkan *financial key performance indikator* yang mencakup informasi terkait dengan lingkungan perusahaan dan para pekerjanya. UN Global Compact pada pertengahan tahun 2007 turut meminta perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab dan perilaku bisnis yang sehat. Selain itu, sejak tahun 2007, *International Organization of Standardization* (ISO) telah membuat panduan standarisasi untuk CSR (*Guidance Standard on Social Responsibility*) yang dikenal dengan ISO 26000 dan mulai diberlakukan pada tahun 2009 (Siregar, 2016).

Dalam ajaran Islam, terdapat konsep yang lebih agung terkait dengan CSR, yaitu dengan adanya salah satu dari rukun Islam tentang pengeluaran zakat. Melalui ada pengumpulan zakat dapat berkontribusi kepada pembangunan kesejahteraan masyarakat. Sebagai bentuk tanggung jawab pribadi maupun sosial, pada instrument ekonomi Islam, dapat melalui Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS). Zakat menjadi instrument penting dalam kesejahteraan masyarakat yang telah dibuktikan oleh sejarah, salah satunya kejayaan Umar bin Khattab melalui mobilisasi ZIS dan pendirian bait al-maal. Adanya pembangunan bait al-maal diletakkan dalam kerangka makro sebagai perbendaharaan yang memberikan dampak positif pada pembangunan ekonomi masa itu. Bukti lainnya terjadi pada masa Abu Bakar Shiddiq yang memerangi orang-orang yang tidak membayar zakat (Rizal, 2020).

CSR sendiri sudah diterapkan sejak masa kepemimpinan Rasulullah dengan menyediakan bantuan keuangan kepada fakir miskin dan Baitul Maal. Rasulullah juga menularkan sifatnya kepada para sahabat, ada yang menciptakan lapangan pekerjaan, bahkan Rasulullah membayarkan utang-utang orang miskin yang tidak mampu melunasi hutangnya (Zubair et al., 2019).

Definisi *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan inti dari pembangunan berkelanjutan yang tidak hanya berkaitan dengan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan yang dilihat dari lokasinya tetapi keterkaitan antar semua elemen diperlukan untuk membentuk sistem CSR (Yulianti, 2023). Dasar dari CSR dan *sustainability* adalah mengkolaborasikan antar elemen *people*, *planet*, dan *profit* menjadi satu kesatuan.

Pengertian CSR pada ISO 26000 Draft 4.1, adalah tanggung jawab sebuah organisasi atas dampak keputusan dan kegiatan terhadap masyarakat dan lingkungan melalui transparansi dan perilaku etis, seperti berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, mematuhi hukum yang berlaku dan konsistensi terhadap

norma-norma perilaku internasional dan diintegrasikan ke seluruh organisasi dan dipraktekkan dalam hubungan organisasi.

World Bank sebagai Lembaga keuangan global, memandang CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka komunitas lokal dan masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik untuk bisnis dan baik untuk pembangunan. Sementara Forum CSR memberikan definisi CSR sebagai praktik bisnis yang terbuka dan transparan yang didasarkan pada nilai-nilai etika dan penghormatan terhadap karyawan, masyarakat, dan lingkungan. Uni Eropa (EU Green Paper on CSR) turut mengemukakan pendapatnya mengenai CSR bahwa CSR adalah konsep di mana perusahaan mengintegrasikan masalah sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksi mereka dengan pemangku kepentingan mereka secara sukarela.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara prihatin terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan (Arfiansyah, 2020). Wahyudi dan Azher (2011) mendefinisikan CSR sebagai konsep berkaitan dengan bagaimana pengintegrasian aspek sosial seperti kerelaan investasi pada pengembangan manusia dan lingkungan serta stakeholders atas dasar *voluntary* sebuah perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya (Arfiansyah, 2020). Sedangkan Siregar mendefinisikan CSR sebagai pengambilan keputusan perusahaan yang dikaitkan dengan nilai etika, pemenuhan kaidah dan keputusan hukum serta menjunjung tinggi harkat manusia, masyarakat dan lingkungan (Siregar, 2016).

Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat maupun masyarakat luas bersama dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Lestari, 2019).

CSR pada lingkup studi di Indonesia didefinisikan sebagai upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasi terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan, agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. CSR dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap sosial/lingkungan di sekitar lokasi perusahaan (Yulianti, 2023).

Dari berbagai definisi di atas CSR dapat disimpulkan sebagai komitmen sebuah perusahaan pada kegiatan operasionalnya untuk aspek sosial dan lingkungan secara transparan dan perilaku etis untuk mengurangi dampak negatif dan meningkatkan kualitas taraf kehidupan pekerja serta masyarakat luas sebagai kontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan.

Pada CSR terdapat dua makna dalam tahapan penerapan CSR, yaitu tanggung jawab dalam makna *responsibility* atau tanggung jawab moral dan etis dan tanggung

jawab dalam makna *liability* atau tanggung jawab yuridis dan hukum. Tanggung jawab dalam makna *responsibility* atau tanggung jawab moral dan etis yaitu lebih menekankan pada perbuatan yang harus atau wajib dilakukan secara sadar dan siap untuk menanggung segala resiko dan atau konsekuensi apapun dari perbuatan yang didasarkan atas moral tersebut. Dengan kata lain *responsibility* merupakan tanggung jawab dalam arti sempit yaitu tanggung jawab yang hanya disertai sanksi moral. Tanggung jawab dalam makna *liability* atau tanggung jawab yuridis atau hukum, biasanya diwujudkan dengan bentuk tanggung jawab keperdataan. Yaitu dengan melaksanakan segala sesuatunya sesuai hukum yang berlaku, dan apabila terdapat permasalahan terkait dengan hukum maka diselesaikan secara hukum keperdataan. Tanggung jawab hukum ini mutlak dilakukan ketika ada ketidaksesuaian hukum dalam pelaksanaan kegiatan lembaga. Dalam konsep CSR selain perusahaan bertanggung jawab secara ekonomi dalam bentuk profit pada pemegang sahamnya, perusahaan juga harus menjalankan bisnisnya sesuai hukum yang berlaku, menerapkan etika, moral, dan derma kepedulian (filantropi) terhadap lingkungannya.

Konsep Corporate Social Responsibility

Konsep CSR secara etik, tidak terlepas dari konsep etika bisnis. Dasar pemikiran CSR pada kaitannya dengan etika bisnis adalah perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomis dan legal tetapi juga memiliki kewajiban terhadap *stakeholders*, karena perusahaan tidak dapat berkembang, beroperasi, dan meraih *profit* tanpa adanya bantuan dari pihak lain (Siregar, 2016).

Konsep CSR dapat dilihat dari dua perspektif, perspektif pertama berpandangan bahwa perusahaan bertujuan untuk mencari keuntungan sehingga CSR bukan merupakan bagian dari program perusahaan. Perspektif kedua berpandangan bahwa tujuan perusahaan adalah *profit* (mencari laba), *people* (mensejahterakan orang), dan *planet* (menjamin keberlanjutan lingkungan). Kedua konsep tersebut memiliki pandangan yang berbeda. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara lembaga komunitas, pemerintah, dan komunitas setempat. Tentunya kemitraan tersebut tidak bersifat statis dan pasif, kemitraan ini merupakan tanggung jawab sosial antar *stakeholder*. Konsep kedermawanan perusahaan (*corporate philanthropy*) dalam tanggung jawab sosial tidak memadai, karena konsep tersebut tidak melibatkan tanggung jawab secara sosial dengan *stakeholder* lainnya (Siregar, 2016).

Sebagai etika terapan, etika bisnis, mengimplementasikan prinsip etika pada umumnya. Konsep *responsibility* dan *fairness* merupakan prinsip etika yang diimplementasikan dalam wujud CSR. Sehingga, untuk mengkaji konsep CSR berarti membicarakan konsep tanggung jawab perusahaan dan perwujudan keadilan sebagai etika bisnis. Pertanggung jawaban perusahaan adalah kepatuhan perusahaan yang berlaku, di antaranya termasuk masalah pajak, hubungan industrial, kesehatan dan keselamatan kerja, perlindungan lingkungan hidup, memelihara lingkungan bisnis yang kondusif bersama masyarakat. Dengan menerapkan prinsip ini, diharapkan dapat menyadarkan perusahaan bahwa pada kegiatan operasionalnya, perusahaan turut

memiliki peran untuk bertanggung jawab selain kepada *shareholder* juga kepada *stakeholder* (Siregar, 2016).

Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility*

Pada perkembangan etika bisnis, Wahyudi dan Azheri (2011) menyatakan bahwa ruang lingkup CSR meliputi 1) keterlibatan perusahaan pada kegiatan sosial yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat disekitar lokasi perusahaan. Keberadaan suatu perusahaan dengan masyarakat merupakan kesatuan yang tidak bisa dipisahkan, dari sisi ekonomi, perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan sedangkan dari sisi sosial perusahaan harus memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan pelestarian lingkungan di sekitar perusahaan. Kegiatan sosial tersebut dapat meliputi pembangunan rumah ibadah, pembangunan sarana dan fasilitas sosial seperti listrik, air, jalan, penghijauan, pencegahan pencemaran, beasiswa kepada anak dari keluarga dengan keterbatasan ekonomi, atau pelatihan bagi pemuda yang tinggal di sekitar lokasi perusahaan. 2) Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan. Milton Friedman, menyatakan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan secara moral dan ekonomis dapat ditinjau dari lingkup tanggung jawab sosial. 3) Memenuhi aturan hukum yang berlaku pada suatu masyarakat, baik menyangkut kepentingan bisnis maupun menyangkut kehidupan sosial pada umumnya. Perusahaan memiliki kewajiban dan juga kepentingan untuk menjaga ketertiban dan keteraturan sosial. Salah satu bentuk dan wujud tanggung jawab sosial perusahaan adalah dengan mematuhi aturan hukum yang berlaku. Perusahaan memiliki tanggungjawab sosial dan moral untuk taat pada aturan bisnis, tidak hanya demi kelangsungan bisnis, melainkan juga menjaga ketertiban dan keteraturan baik dalam iklim bisnis maupun keadaan sosial pada umumnya. 4) menghormati hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak terkait yang punya kepentingan langsung atau tidak langsung atas aktivitas perusahaan.

Sedangkan Elkington's berpendapat bahwa ruang lingkup CSR terdiri dari 3 aspek yang dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line (3BL)*". Ketiga aspek itu meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (*economic prosperity*), peningkatan kualitas lingkungan (*environmental quality*), keadilan sosial. Elkington juga menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep pembangunan berkelanjutan harus memperhatikan "*Triple P*" yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Bila dikaitkan antara 3BL dengan *Triple P* dapat disimpulkan bahwa "*profit*" sebagai wujud aspek ekonomi, "*planet*" wujud lingkungan, dan "*people*" sebagai aspek sosial. *Profit* meliputi kewirausahaan, kelompok usaha bersama/unit mikro kecil dan menengah, agrobisnis, lapangan kerja, infrastruktur ekonomi dan usaha produktif lain. *Planet* (lingkungan) meliputi penghijauan, reklamasi lahan, pengelolaan air, pelestarian alam, ekowisata penyehatan lingkungan, pengendalian polusi, serta penggunaan produksi dan energi secara efisien. *People* (sosial) meliputi pendidikan, pelatihan, perumahan, penguatan kelembagaan, kesejahteraan sosial, olahraga, pemuda, wanita, agama, kebudayaan dan sebagainya.

Untuk jenis CSR terbagi menjadi lima jenis, yaitu CSR Pendidikan, CSR ekonomi, CSR kesehatan, CSR lingkungan, dan CSR sosial (Bastomi et al., 2023). Pada sumber lain, kegiatan CSR dibagi menjadi empat dimensi antara lain a) dimensi lingkungan; b) dimensi sumber daya manusia; c) dimensi kemanusiaan; dan d) dimensi hak asasi manusia.

Prinsip Corporate Social Responsibility

Dari perspektif tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) terdapat empat prinsip CSR, yaitu 1) Kewajaran (*fairness*), prinsip ini diwujudkan antara lain dengan membuat peraturan perusahaan yang melindungi kepentingan pemegang saham minoritas. Semua itu dituangkan dalam bentuk pedoman perilaku perusahaan (*corporate conduct*) dan/atau kebijakan-kebijakan yang melindungi perusahaan terhadap perbuatan buruk orang dalam; *self-dealing* dan konflik kepentingan; menetapkan peran dan tanggung jawab komisaris, direksi, komite, termasuk sistem remunerasi; menyajikan informasi secara wajar atau pengungkapan secara penuh materil apa pun; mengedepankan *equal job opportunity*. 2) Transparansi (*transparency*), transparansi di sini lebih banyak pada hak-hak pemegang saham terutama berkaitan dengan pemberian informasi yang benar dan tepat waktu tentang perusahaan, berperan serta dalam pengambilan keputusan mengenai perubahan-perubahan yang mendasar atas perusahaan, dan turut memperoleh bagian dari keuntungan perusahaan. 3) Akuntabilitas (*accountability*), prinsip ini didasarkan atas balance of power antara manajer, pemegang saham, dewan komisaris dan auditor. Hal ini sebagai pertanggungjawaban manajemen pada para pemegang saham. Dengan cara menyiapkan laporan keuangan tepat waktu, mengembangkan komite audit dan risiko untuk mendukung fungsi pengawasan dewan komisaris, mengembangkan dan merumuskan kembali peran dan fungsi internal audit sebagai mitra bisnis strategis berdasarkan best practice. 4) *Responsibility*, prinsip ini berdasarkan atas kesadaran dimana setiap kewenangan yang dimiliki mempunyai konsekuensi terhadap tanggung jawab, baik dalam bentuk tanggung jawab sosial, menghindari penyalahgunaan kekuasaan, menciptakan profesionalisme dan menjunjung etika serta memelihara lingkungan bisnis yang sehat.

Sementara itu, prinsip CSR dalam pandangan Burke, diantaranya harus memiliki prinsip sentralitas, spesifisitas, proaktif, kesukarelaan dan visibilitas. Pada pandangan Bruke, panduan tersebut digunakan oleh manajer untuk memasukkan dimensi-dimensi ke dalam analisis strategis CSR mereka agar mendorong lebih banyak dukungan untuk program yang saling menguntungkan.

Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Islam

Sayyid Qutb berpendapat bahwa Islam memiliki prinsip pertanggungjawaban yang seimbang pada bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antar individu dan sosial, serta antar suatu masyarakat dengan masyarakat lainnya. CSR merujuk pada kewajiban perusahaan untuk melindungi dan

berkontribusi kepada masyarakat di lokasi perusahaan. Islam mendorong setiap umatnya untuk berlaku adil terhadap sesama manusia.

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا وَكَانَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian dari (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian dari (dosa)nya. Allah Mahakuasa atas segala sesuatu (Q.S. an-Nisa' [4]:85)

Pada surah an-Nisa ayat 85 menegaskan bahwa kebaikan kepada manusia akan mendapatkan kebaikan pula begitupun sebaliknya, manusia yang menebar keburukan akan mendapatkan keburukan suatu hari nanti. Dapat dikiasakan bahwa produk yang berasal dari perusahaan yang memiliki citra yang baik akan menjadi pilihan dalam masyarakat sedangkan produk dari perusahaan yang memiliki citra buruk akan menjadi produk yang dihindari oleh masyarakat.

CSR dalam perspektif Islam menurut AAOIFI adalah segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religious, ekonomi, hukum, etika dan *discretionary responsibilities* sebagai lembaga finansial intermediary baik bagi individu maupun institusi (Siregar, 2016).

Terdapat perbedaan pada konsep CSR universal dan konsep CSR Islam. Konsep CSR Islam berkaitan dengan akhlak dalam melaksanakan proses bisnis. Sedangkan CSR universal berkaitan dengan program filantropi. Islam tidak memandang apa yang dihasilkan seseorang tetapi Islam akan memandang bagaimana proses seseorang mendapatkan hasil tersebut. Implementasi CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadi ciri pembeda antara CSR Islam dengan CSR universal, diantaranya 1) Al-Adl, Islam mengharamkan berbagai bentuk bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang dipraktikkan dalam hubungan usaha dan kontrak serta perjanjian bisnis. Keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah kondisi ketika dapat menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Pada aktifitas dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil pada hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak alam semesta. Sehingga keseimbangan sosial dan keseimbangan alam tetap terjaga seiring dengan berkembangnya operasional perusahaan. 2) al-Ihsan, Islam telah memerintahkan dan menganjurkan untuk melakukan perbuatan baik bagi kemanusiaan agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Praktik CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah swt. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban. 3) manfaat, konsep ihsan yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Pada dasarnya, perbankan telah memberikan manfaat terkait operasional yang bergerak dalam bidang jasa yaitu jasa penyimpanan,

pembiayaan dan produk atau fasilitas lain yang sangat dibutuhkan masyarakat. Konsep manfaat dalam CSR lebih dari aktivitas ekonomi. 4. Amanah, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Bank yang menerapkan CSR harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis.

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapatkan ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima Amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. Perspektif Islam membagi kebijakan perusahaan dalam mengemban tanggung jawab sosial (CSR) ke dalam tiga bentuk implementasi yang dominan yaitu: 1. Tanggung jawab sosial (CSR) terhadap para pelaku dalam perusahaan 2. Tanggung jawab sosial (CSR) terhadap lingkungan alam. 3. Tanggung jawab sosial (CSR) terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

CSR dalam perspektif Islam termasuk ke dalam etika bisnis Dimana Islam menganjurkan ketika melakukan bisnis diikuti dengan tanggung jawab sosial kepada orang lain, agar bisnis tidak merugikan orang-orang sekitar. Terdapat tiga prinsip utama dalam Al-Quran yang menjadi dasar dalam CSR yaitu kekhalifan manusia di muka bumi, bahwa manusia adalah wakil Allah di bumi sehingga segala isi bumi merupakan milik Allah dan manusia hanya menjaga amanah. Kedua, akuntabilitas Ilahi, implikasi dari kekhalifan manusia sebagai wakil Allah sehingga manusia diwajibkan untuk bertanggungjawab atas segala yang dititipkan Allah. Ketiga, kewajiban untuk mencegah kejahatan dan memerintahkan kebaikan karena manusia sebagai wakil Allah yang harus mempertanggungjawabkan seluruh amanah tersebut (Zubair et al., 2019).

Islam sangat mendukung CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut. Sehingga CSR selaras dengan pandangan Islam berkaitan dengan manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya yang direpresentasikan ke dalam empat aksioma yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab.

Jika dalam dunia bisnis yang berkembang saat ini telah berkembang teori dan pedoman *Good Corporate Governance* (GCG), demikian juga dalam Al-Quran dan Hadits

yang tercantum pedoman dalam melaksanakan bisnis dengan baik dan benar. Secara operasional bisnis Islam dapat mengacu pada dua asas yang pertama adalah perilaku nabi dan rasul dalam beraktivitas termasuk dalam berbisnis yaitu *shiddiq, fathonah, Amanah, dan tabligh*. Keempat sifat tersebut merupakan satu kesatuan dan sejalan dengan asas GCG yang berlaku secara umum di dunia usaha yang meliputi transparansi, akuntabilitas, responsibility, independensi, serta kewajaran dan kesetaraan (*fairness*).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif naratif dengan metode tinjauan literatur (*literature review*) di mana data-data yang disajikan didapat dari buku, jurnal ilmiah, peraturan-peraturan pemerintah yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* (CSR). Cooper (2010) menyatakan tujuan utama tinjauan literatur untuk menginformasikan kepada pembaca hasil-hasil penelitian yang berkaitan erat dengan topik yang diteliti serta menghubungkan topik penelitian dengan literatur yang ada. Peneliti menggunakan literatur secara konsisten berdasarkan asumsi dari para partisipan dan tidak memberikan ruang bagi pandangan pribadi peneliti (Cresswell, 2016). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik pengumpulan data sekunder berupa proses mencari data dari sejumlah dokumen yang memiliki kaitan dengan masalah yang diteliti. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis dan analisis data Miles dan Huberman, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

Prinsip *Corporate Social Responsibility* dalam Etika Bisnis Islam

CSR dalam perspektif etika bisnis Islam, termasuk dalam konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. CSR dalam tinjauan etika bisnis Islam meliputi lima dasar, yaitu :

a. *Unity* (Kesatuan),

Refleksi konsep tauhid yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang homogen, konsisten dan teratur. Adanya dimensi vertikal (manusia dengan penciptanya) dan horizontal (sesama manusia). Prinsip ini memberikan konsep bahwa Allah menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia untuk memberikan manfaat tanpa ada yang merasa dirugikan dengan menaati ajaran Islam. Atas dasar pandangan konsep tersebut, maka etika dan ekonomi atau etika dan bisnis menjadi terpadu, vertikal maupun horizontal, membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam. Berpijak prinsip ini seorang Muslim dalam melakukan aktivitas bisnisnya tidak akan melakukan praktek bisnis yang dilarang oleh Allah, baik secara terpaksa atau tidak. Prakteknya dalam bisnis:

- 1) Tidak ada diskriminasi baik terhadap pekerja, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya.
- 2) Terpaksa atau dipaksa untuk menaati Allah SWT.
- 3) Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah SWT.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Prinsip etis yang harus diterapkan dalam aktivitas maupun entitas bisnis. Sifat keseimbangan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat seimbang yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.

Keadilan adalah salah satu prinsip yang sangat ditekankan dalam Islam, tuntunan dan aturan Islam dibangun di atas dasar keadilan dan seluruh Muslim diperintahkan untuk berlaku adil. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai dan tidak membedakan kedudukan seseorang berdasarkan agama, ras, suku dan kekayaan (non diskriminatif).

c. *Free Will* (Kebebasan Berkehendak)

Bebas memilih atau bertindak sesuai etika. Jika seseorang menjadi muslim maka harus menyerahkan kehendaknya kepada Allah SWT. Kehendak bebas atau kebebasan berkaitan dengan penentuan sikap seorang Muslim terhadap pilihan-pilihan, karena terdapat dua konsekuensi yang melekat. Di satu sisi ada niat dan konsekuensi buruk yang dapat dilakukan, tetapi di sisi lain ada niat dan konsekuensi baik. Pilihan antara baik dan buruk adalah bentuk resiko yang bakal berdampak pada pahala dan dosa. Aplikasinya dalam bisnis:

- 1) Konsep kebebasan dalam Islam lebih mengarah pada kerjasama, bukan persaingan apalagi sampai mematikan usaha satu sama lain. Kalaupun ada persaingan dalam usaha maka, itu berarti persaingan dalam berbuat kebaikan atau *fastabiq al-khairat*.
- 2) Menepati kontrak, baik kontrak kerjasama maupun kontrak kerja dengan pekerja.

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, antara jiwa dan raga, antara orang dan keluarga, antara individu dan masyarakat serta antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas, Allah menetapkan batasan mengenai hal yang bebas dilakukan oleh manusia. Manusia sebagai pelaku bisnis mempunyai tanggung jawab moral kepada Allah atas perilaku bisnis, demikian juga harta merupakan amanah Allah yang harus dipertanggungjawabkan. Tanggung jawab (*responsibility*) terkait erat dengan konsekuensi seorang Muslim atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Dalam bidang ekonomi dan bisnis, prinsip ini dijabarkan menjadi suatu pola perilaku tertentu. Pertanggungjawaban terfokus baik pada individual maupun sosial yang kedua-duanya harus dilakukan secara seimbang. Dalam perspektif Islam tanggung jawab sosial terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan, yaitu:

- 1) Tanggung jawab sosial terhadap pelaku dalam perusahaan.
- 2) Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan alam.

3) Tanggung jawab sosial terhadap kesejahteraan sosial secara umum.

Islam sangat mendukung CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggungjawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggungjawab untuk memelihara. Islam menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajiban terpisah dari pemiliknya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan. Aplikasinya dalam bisnis:

- 1) Upah disesuaikan dengan Upah Minimum Regional.
- 2) Pemberian hak-hak pada para stakeholders dengan baik.
- 3) Pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan tenaga kerja serta masyarakat sekitar.

e. *Benevolence* (Kebenaran)

Kebenaran meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran sama persepsinya dengan al-ihsan yaitu niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan. Menurut konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar dalam upaya untuk meraih keuntungan. Berpegang pada prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak dalam melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis. Bentuk kebajikan dalam bisnis adalah sikap kerelaan yang berkaitan erat dengan sikap jujur. Kerelaan diartikan sebagai kesediaan para pihak dalam transaksi, kerjasama atau perjanjian bisnis yang dilakukan dengan jujur. Kejujuran dilaksanakan dalam setiap proses bisnis yang dilakukan tanpa unsur penipuan, hal ini bertujuan untuk menciptakan dan menjaga keharmonisan hubungan antara pelaku bisnis maupun masyarakat.

CSR dalam Islam melekat dalam seluruh kegiatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dari mulai *input*, *process*, hingga *output*. Perusahaan dituntut menggunakan bahan baku yang tidak membahayakan bagi konsumen, perusahaan dituntut untuk tidak merusak lingkungan, dan hasil produk yang aman dan bukan produk yang dilarang dalam ajaran Islam (Ully & Kelib, 2012).

Prinsip Islam yang diterapkan dalam mengembangkan bisnis berkaitan dengan CSR diantaranya (Ully & Kelib, 2012):

a. Menjaga lingkungan dan melestarikannya

مِنْ أَجْلِ ذَلِكَ كَتَبْنَا عَلَىٰ بَنِي إِسْرَائِيلَ أَنَّهُ مَنْ قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ أَوْ فَسَادٍ
 فِي الْأَرْضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا
 وَلَقَدْ جَاءَتْهُمْ رُسُلُنَا بِالْبَيِّنَاتِ ثُمَّ إِنَّ كَثِيرًا مِّنْهُمْ بَعَدَ ذَلِكَ فِي الْأَرْضِ
 لَمُسْرِفُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya : “Oleh karena itu, Kami menetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil bahwa siapa yang membunuh seseorang bukan karena (orang yang dibunuh itu) telah membunuh orang lain atau karena telah berbuat kerusakan di bumi, maka seakan-akan dia telah membunuh semua manusia. Sebaliknya, siapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, dia seakan-akan telah memelihara kehidupan semua manusia. Sungguh, rasul-rasul Kami benar-benar telah datang kepada mereka dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas. Kemudian, sesungguhnya banyak di antara mereka setelah itu melampaui batas di bumi” (Q.S. al-Maidah’ [5]:32).

b. Upaya untuk menghapus kemiskinan

مَا آفَاءَ اللَّهِ عَلَىٰ رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
 وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ
 الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya : “Apa saja (harta yang diperoleh tanpa peperangan) yang dianugerahkan Allah kepada Rasul-Nya dari penduduk beberapa negeri adalah untuk Allah, Rasul, kerabat (Rasul), anak yatim, orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. (Demikian) agar harta itu tidak hanya beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu terimalah. Apa yang dilarangnya bagimu tinggalkanlah. Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah sangat keras hukuman-Nya” (Q.S. al-Hasyr [59]:7).

c. Mendahulukan sesuatu yang bermoral daripada sesuatu yang secara moral kotor meskipun dapat meraih keuntungan lebih besar

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ بَحِيرَةٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامٍ وَلَكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا
 يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya : “Allah tidak pernah menetapkan sedikit pun (aturan) menyangkut bahīrah, sāibah, wasīlah, dan hām. Akan tetapi, orang-orang yang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah dan kebanyakan mereka tidak mengerti” (Q.S. al-Maidah [5]:103)

d. Jujur dan Amanah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahuinya”. (Q.S. al-Anfal [8]:27)

Sehingga perbedaan mendasar implementasi CSR dengan CSR secara universal adalah adanya sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis. Pada kegiatan ekonomi Islam mengajarkan untuk berbuat adil terhadap hak orang lain, hak lingkungan sosial,

dan hak alam semesta. Sehingga, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis (Irawan & Muarifah, 2020).

Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Anugerah CSR merupakan penghargaan untuk mengapresiasi kinerja lembaga atau perusahaan yang menginspirasi melalui program CSR yang telah berkontribusi dalam pemulihan Indonesia mencakup lima bidang yaitu ekonomi, lingkungan, pendidikan, sosial, dan infrastruktur (Raharjo, 2022). Lima perusahaan yang menerima anugerah CSR Award pada 2022 diantaranya Pertamina pada CSR bidang ekonomi, Bank BRI pada CSR bidang Pendidikan, Adaro CSR bidang lingkungan, Universitas BSI CSR bidang sosial, dan Huawei Indonesia CSR Bidang Infrastruktur.

Pertamina merupakan perusahaan BUMN yang menjalankan program TJSL dengan konsep *Creating Shared Value* (CSV). Dalam desain program, program CSR dengan konsep CSV harus mengintegrasikan isu dan tantangan sosial ke dalam menciptakan nilai ekonomi. Pertamina memiliki proses bisnis terlengkap, dari hulu ke hilir. Dalam proses bisnis hilirisasi, pendekatan langsung kepada konsumen menjadi hal utama, salah satunya adalah penjualan LPG, baik subsidi maupun non subsidi. Sebagai upaya edukasi penggunaan LPG subsidi tepat sasaran dan membiasakan masyarakat non binaan dengan penggunaan LPG non subsidi, serta sejalan dengan konsep CSV, melalui fokus pemberdayaan UMK, Pertamina membuat program Gerakan Pinky.

Program Pinky Movement merupakan program TJSL dengan konsep CSV. Dalam praktiknya, program ini memberikan dana pinjaman usaha kepada pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) di sektor perdagangan, yaitu gerai LPG dan sektor kuliner. Selain itu, peserta program juga diberikan pembinaan pengembangan usaha. Peserta program harus berkomitmen menjual LPG non subsidi untuk sektor perdagangan dan menggunakan LPG non subsidi untuk sektor kuliner, dan hal ini dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah bagi Perseroan. Nama Pinky Movement berasal dari warna tabung LPG non subsidi, yaitu berwarna merah muda (pink). Gerakan berarti gerakan. Tujuan program ini adalah menggunakan LPG non subsidi yang tepat sasaran dan pengembangan penjualan LPG non subsidi (Rushartami, 2024).

Dalam Al-Quran dapat dilihat secara bersama-sama dalam pelaksanaan CSR dengan memberdayakan masyarakat, termasuk mengeluarkan manusia dari kebodohan, mengeluarkan manusia dari kegelapan ketidakberdayaan, dan mengarahkan mereka ke cahaya terang, dalam hal ini pengetahuan dan kemandirian. Seperti yang telah dilaksanakan oleh PT. Pertamina dalam Small Medium Enterprise Partnership Program (SMEPP) yang memiliki tujuan mencetak UMKM menjadi tangguh dan mandiri melalui program Pinky Movement.

Pelaksanaan Al-Adl dalam program CSR PT. Penerima program menunjukkan Pertamina SMEPP sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan di awal, yaitu mendaftar secara online melalui web <http://genumkm.pertamina.com/> kemudian akan dilakukan verifikasi berkas kelengkapan, survei lapangan/lokasi usaha, proses analisis nilai pencairan dari holding, input data ke sistem, penandatanganan kontrak SPPU dan

pengajuan jaminan/agunan, dan kemudian proses pencairan pinjaman. Tahap ini menunjukkan bahwa PT. Pertamina memiliki prosedur yang jelas dan menutup kemungkinan terjadinya tindakan kecurangan karena sistem registrasi online memudahkan setiap orang untuk mengakses dan membuka data (Nurjanah et al., 2023).

Di sisi pendidikan Bank BRI menjadi bagian dari pihak yang ikut serta mencerdaskan kehidupan bangsa. Melalui Program Beasiswa BRI Peduli, BUMN ini merancang sejumlah program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan atau CSR. Mengapresiasi jasa tenaga pendukung medis penanganan Covid-19, diberikanlah dana pendidikan untuk 1.800 anak tenaga pendukung medis. Dana pendidikan juga diberikan untuk 1.800 anak pelaku usaha mikro di Desa BRILian dan beasiswa pasca sarjana bagi 36 jurnalis media terpilih setiap tahunnya.

Tak berhenti di situ, program inisiatif bantuan renovasi atau pembangunan sekolah pedalaman atau perbatasan di Indonesia, juga dijalankan. Bantuan khusus bagi sekolah yang jauh dari perkotaan ini telah terlaksana di 8 sekolah pada tahun 2021 dan 14 sekolah sedang dalam proses di tahun 2022.

Di bidang lingkungan, Adaro Indonesia tak bisa dilepaskan dari keberhasilan menjaga lingkungan dan masyarakat yang menjadi bagian penting dalam merencanakan tambang. Sebagai salah satu perusahaan tambang barubara terbesar di Indonesia, Adaro Indonesia senantiasa menerapkan ESG (environment, social, governance) dan good mining practices (praktik pertambangan yang baik dan benar).

Dalam bidang lingkungan, salah satu yang dilakukan Adaro Energy Indonesia adalah mengembangkan Pulau Bakut untuk bekantan. Hasilnya, populasi satwa bekantan atau kera hidung panjang di Taman Wista Alam (TWA) Pulau Bakut, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan bertambah. Hingga Juli 2022, terdapat 122 ekor bekantan yang menempati pulau seluas 15,58 ha tersebut. Jumlah itu terus mengalami peningkatan yang semula hanya 67 ekor pada tahun 2018.

Perwakilan di bidang sosial diwakili Universitas BSI. Salah satu cara untuk meningkatkan harkat dan martabat bangsa Indonesia adalah pendidikan tinggi. Karenanya pendidikan tinggi itu harus terjangkau biayanya, dan menyebar hingga ke pelosok daerah. Itulah yang melatarbelakangi lahirnya Universitas BSI (Bina Sarana Informatika) lebih dari 30 tahun lalu. Tak hanya itu, sejak awal Yayasan BSI menyediakan Beasiswa Khusus yatim dan dhuafa untuk kuliah di Universitas BSI. Saat ini penerima Beasiswa Khusus BSI rata-rata berjumlah sekitar 500 orang per tahun.

Di era teknologi seperti sekarang, PT Huawei Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang berusaha memberikan yang terbaik kepada rakyat Indonesia. Selalu menghubungkan yang belum terhubung. Itulah yang menjadi visi perusahaan Huawei Indonesia. Misi itu pula yang menyemangati Huawei Indonesia untuk membangun konektivitas jaringan yang menghubungkan warga Papua.

Dengan ketekunan dan semangat pantang menyerah, Huawei Indonesia berhasil membangun instalasi jaringan yang mencakup areal 319.036-kilometer persergi, dengan ketinggian mencapai 4.884 meter, di wilayah Papua Barat.

Kesimpulan

Islam sangat mendukung CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab menyelesaikannya. Bisnis membutuhkan berbagai sumber daya alam untuk kelangsungan usaha, sehingga perusahaan bertanggung jawab untuk memeliharanya. Islam secara tidak langsung menganggap bisnis sebagai entitas yang kewajibannya terpisah dari pemilikinya, adanya CSR akan mengembangkan kemauan baik perusahaan tersebut. Perbedaan mendasar implementasi CSR Islam dengan CSR secara universal adalah adanya sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis. Pada kegiatan ekonomi Islam mengajarkan untuk berbuat adil terhadap hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak alam semesta. Sehingga, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. Praktik CSR Indonesia telah dilakukan oleh beberapa perusahaan pada beberapa sektor seperti Pertamina pada CSR bidang ekonomi, Bank BRI pada CSR bidang Pendidikan, Adaro CSR bidang lingkungan, Universitas BSI CSR bidang sosial, dan Huawei Indonesia CSR Bidang Infrastruktur.

Daftar Pustaka

- Arfiansyah, A. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garudafood Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 654. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1411>
- Bastomi, A., Addiarrahman, A., & Zahara, A. E. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Di PT Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Suatu Tinjauan Etika Bisnis Islam). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(6), 436–457. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i6.385>
- Cresswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran Edisi Keempat*. Pustaka Pelajar.
- Djadjuli, R. D. (2018). Peran Pemerintah Dalam Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, Vol5(2), 1–14. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/view/1409>
- Hamzah, Y., & Hafid, H. (2014). *Etika Bisnis Islam*. Kretakupa.
- Irawan, F., & Muarifah, E. (2020). Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(2), 149–178. <https://doi.org/10.52431/minhaj.v1i2.309>
- Irsadunas, I., Afrida, Y., & Khairani, R. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Corporate Social Responsibility. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 145. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.174>
- Lestari, W. S. (2019). Studi Implementasi Program Csr Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Tengah. *Kinesik*, 6(2), 237–246. <https://doi.org/10.22487/ejk.v6i2.84>
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam [Business Ethics in Islamic

- Perspective]. *Iqtishodiyah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 9(1), 50–59.
- Nurjanah, A., Prawoto, N., & Ramdana, I. (2023). Implementing Islamic concept on CSR program of Pertamina in Yogyakarta. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(3), 911–929. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i3.6872>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, (2007).
- Raharjo, B. (2022). *Republika.co.id Beri 5 Perusahaan Penghargaan Anugerah CSR 2022*. <https://news.republika.co.id/berita/rivqkp415/republikacoid-beri-5-perusahaan-penghargaan-anugerah-csr-2022>
- Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 98–115. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2099>
- 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>
- Rushartami, M. A. (2024). Development of the Pertamina Pinky Movement Program through the Design Thinking Approach. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(1), 328–337. <https://doi.org/10.29210/020243105>
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islami dalam Praktek Bisnis Rasulullah Muhammad Saifullah ETIKA BISNIS ISLAMI DALAM PRAKTEK BISNIS RASULULLAH. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Siregar, B. G. (2016). Penerapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dalam pandangan Islam. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 135. <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.303>
- Sri Lestari, P., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. *J-ALIF : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 230. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- Syarifuddin, M. C. (2020). Dampak CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat Binaan Ternak PT. PLN Tanjung Jati B. *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 3(1), 625–633. <https://doi.org/10.15294/efficient.v3i1.35956>
- Syofya, H. (2017). Analisis Dampak Perdagangan Internasional Terhadap Pembangunan Ekonomi Impact of International Trade to Economic Development. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 7 No 1, 72–80.
- Tim Penulis. (2021). *Prinsip dan Etika Bisnis Islam, Berbisnis Sesuai Panduan Syariah untuk UMKM*. 1–13.
- Ully, A., & Kelib, A. (2012). Penerapan Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pengaturan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Law Reform*, 7(2), 121.
- Bertuah : Journal of Shariah and Islamic Economics**

<https://doi.org/10.14710/lr.v7i2.12413>

- Yasin, M., & Rohman, F. (2022). The Impact of PT PLN Tanjung Jati B's Corporate Social Responsibility on the Welfare of Micro, Small and Medium Enterprises. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 1(1), 120-134. <https://doi.org/10.34001/jrei.v1i1.93>
- Yulianti, D. (2023). Implementasi Program Kemitraan Dalam Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Pemberdayaan Masyarakat Untuk Mewujudkan Pembangunan Kesejahteraan. *Jurnal Sosiologi*, 20(1), 11-21. <https://doi.org/10.56444/sa.v11i2.935>
- Zubair, M. K., Rusdi, M. A., & Ismayanti, I. (2019). DINAMIKA PRAKTEK TANGGUNGJAWAB SOSIAL BANK SYARIAH (Studi Bank Muamalat Makassar). *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 173-195. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i2.1143>