

IMPLEMENTASI NILAI-NILAI ETIKA EKONOMI ISLAM DALAM PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) BADAN USAHA

Bella Mutiara Kasih^{1*}, Surya Sukti²

Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, Indonesia

bellamutiarakasih04@gmail.com^{1*}, suryasukti@iain-palangkaraya.ac.id²

ABSTRAK

Dalam dinamika bisnis modern, Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan menjadi aspek strategis dalam pengelolaan usaha. CSR mencakup kontribusi positif perusahaan terhadap kesejahteraan sosial, pelestarian lingkungan, dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Ekonomi Islam, dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, transparansi, kejujuran, dan larangan merugikan pihak lain, memiliki relevansi yang kuat untuk diintegrasikan ke dalam praktik CSR. Tujuan utama CSR sejalan dengan nilai-nilai etika ekonomi Islam, yaitu menciptakan keseimbangan antara perolehan keuntungan dan kepedulian terhadap masyarakat serta lingkungan. Meskipun penerapan CSR semakin meluas, kajian mendalam terkait implementasi prinsip etika Islam dalam praktik CSR masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan nilai-nilai etika ekonomi Islam dalam pelaksanaan CSR pada badan usaha. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan analisis kualitatif deskriptif, melalui pengumpulan data dari buku, artikel ilmiah, dan sumber relevan lainnya. Data dianalisis dengan membandingkan konsep dari berbagai literatur untuk menemukan kesamaan, perbedaan, dan implikasinya. Hasil kajian diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan model CSR yang selaras dengan prinsip syariah, memperkuat reputasi perusahaan, dan mendukung keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: CSR, Ekonomi Islam, Etika Bisnis, Tanggung Jawab Sosial

1. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan dunia bisnis modern saat ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi salah satu aspek yang penting dalam pengelolaan perusahaan. CSR merujuk pada praktek perusahaan dalam memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan sosial, lingkungan, serta pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Banyak perusahaan yang menyadari bahwa keberhasilan ekonomi tidak hanya diukur dari laba yang diperoleh, tetapi juga dari dampak positif yang ditimbulkan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Di sisi lain, ekonomi Islam sebagai sistem ekonomi yang berbasis pada prinsip-prinsip syariah, memiliki nilai-nilai etika yang sangat relevan untuk diterapkan dalam praktik bisnis, termasuk dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam Islam, aktivitas ekonomi harus mengedepankan prinsip keadilan, transparansi, kejujuran, dan tidak merugikan pihak lain. Hal ini sejalan dengan tujuan utama dari CSR, yaitu untuk

menciptakan keseimbangan antara keuntungan perusahaan dengan kepedulian terhadap sosial dan lingkungan. Namun, meskipun banyak perusahaan yang menerapkan CSR, implementasi prinsip-prinsip etika Islam dalam praktik CSR masih jarang dikaji secara mendalam. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai etika ekonomi Islam dapat diterapkan dalam pelaksanaan CSR pada badan usaha. Hal ini tidak hanya akan memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan, tetapi juga memperkuat reputasi dan keberlanjutan usaha itu sendiri.

Melalui tulisan ini, akan dibahas bagaimana nilai-nilai etika dalam ekonomi Islam, seperti konsep keadilan (*adl*), kesejahteraan (*maslahah*), dan larangan terhadap eksploitasi, dapat diterapkan dalam CSR, serta bagaimana prinsip-prinsip tersebut dapat memberikan kontribusi pada keberlanjutan dan kesejahteraan sosial. Pembahasan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para pelaku bisnis, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan CSR yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga membawa manfaat bagi masyarakat luas.

2. METODE PENELITIAN

Artikel ini berjenis studi kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Dengan ikhtiar pengumpulan data melalui buku, artikel, catatan, internet yang berhubungan dengan konteks nilai-nilai etika ekonomi Islam dalam implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Teknik analisis data yang digunakan yakni membandingkan ide atau konsep dari berbagai sumber untuk menemukan kesamaan dan perbedaan serta dampaknya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Selama dua dekade terakhir *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berkembang pesat sebagai kerangka kerja untuk peran bisnis dalam masyarakat. Dalam perkembangannya terkhusus dinegara-negara berkembang, CSR sangat diharapkan dan dipercaya mengatasi permasalahan masyarakat dimana bisnis tersebut beroperasi. CSR adalah kegiatan yang tidak lepas dari etika bisnis. Etika bisnis merupakan dasar atau jiwa dari pelaksanaan sebuah unit usaha, sementara CSR merupakan manifestasinya. Oleh karena itu, sudah semestinya implementasi CSR diiringi dan dipandu oleh etika bisnis yang baik. Islam memiliki pedoman yang sangat lengkap bagi umatnya dalam menjalani hidup dari bangun tidur dipagi hari sampai hendak tidur dimalam hari, dan juga termasuk pedoman bagaimana sebuah bisnis dijalankan tanpa menjauhkannya dari etika, karena

dalam Islam etika dan bisnis merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Harni, 2023).

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi bagian penting dalam dunia bisnis modern. Konsep ini mencakup komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan cara memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks Islam, CSR tidak hanya dilihat sebagai kewajiban sosial, tetapi juga sebagai implementasi dari nilai-nilai etika ekonomi Islam yang mengedepankan keadilan, kesejahteraan, dan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di Indonesia bersifat wajib, hal ini berdasarkan Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2 “Setiap perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi bagian penting dalam dunia bisnis modern. Konsep ini mencakup komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan cara memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks Islam, CSR tidak hanya dilihat sebagai kewajiban sosial, tetapi juga sebagai implementasi dari nilai-nilai etika ekonomi Islam yang mengedepankan keadilan, kesejahteraan, dan tanggung jawab sosial (Harni, 2023).

Sejatinya CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Praktek kedermawanaan sosial perusahaan dewasa ini mengalami perkembangan pesat sejalan dengan perkembangannya konsep *Corporate Social Responsibility*. Hal terkait dengan mandat dunia untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial.

Dalam Islam meskipun ayat-ayat Al-Quran dan Hadits tidak langsung merujuk pada CSR tetapi ada banyak ayat dalam Al Qur'an dan Hadits yang menjelaskan kewajiban individu untuk menanggung kebutuhan orang lain. Oleh karena itu, individu yang bersama-sama untuk menciptakan sebuah perusahaan memiliki kewajiban untuk membantu masyarakat dan memberikan manfaat kepada orang lain. Seperti dalam Q.S Al Baqarah (2): 195, Allah swt:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : *“Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik”*.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Islam memerintahkan dan menganjurkan berbuat baik kepada manusia meski tanpa adanya kewajiban tertentu. Agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah atau mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Melakukan program CSR dengan semangat beribadah dan berbuat kebaikan karena Allah.

3.2 Nilai-Nilai Etika Ekonomi Islam dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR)

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

Pandangan Islam tentang etika bisnis adalah sebuah rangkaian aktivitas bisnis yang menjunjung tinggi pada segala aturan perintah dan larangan ilahiyah yang menyangkut muamalah dan senantiasa menjadikan aktivitas tersebut sebagai bentuk penghambaan diri kepada-Nya serta ikhtiar untuk memperoleh harta kekayaan. Bisnis dijadikan sebagai investasi dunia dan akhirat. Dengan demikian, bisnis akan senantiasa dihubungkan dengan etika. Bisnis yang dijalankan oleh seorang Muslim harus berdasarkan pada kaidah nilai dan norma yang berasaskan pada aturan dalam Islam. Etika sebagai aksiologi sehingga dapat menilai segala bentuk perilaku yang dilakukan dalam aktivitas bisnis tersebut benar atau salah sesuai dengan syariat.

Prinsip Etika Ekonomi Islam menjadi landasan dalam berpijak oleh pebisnis muslim dalam melakukan aktivitas. Adapun prinsip tersebut meliputi kesatuan, kejujuran, kebermanfaatn, bertanggungjawab dan keadilan. Kesatuan atau ketauhidan berarti meyakini bahwa bekerja dan berbisnis termasuk upaya yang dilakukan untuk meraih ridha Allah melalui perolehan profit duniawi dan ukhrawi. Kejujuran mencakup

memberikan nilai kebermanfaatan dengan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan secara terbuka dan apa adanya sesuai keadaan sebenarnya. Kebermanfaatan atau kemaslahatan berarti mengambil manfaat dan menolak kerugian yang mungkin saja berakibat pada orang lain. Prinsip bertanggung jawab mengacu pada sikap integritas dalam melaksanakan tugas dan perintah dengan baik dan benar. Prinsip terakhir yaitu keadilan dengan menciptakan keseimbangan kehidupan dan tidak melakukan diskriminasi.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, CSR tidak hanya dilihat sebagai suatu kewajiban moral yang diperuntukkan bagi kesejahteraan masyarakat, tetapi juga sebagai bagian dari tanggung jawab agama dan etika dalam berbisnis. Nilai-nilai Etika Ekonomi Islam dalam praktik CSR dapat dianalisis melalui beberapa prinsip berikut:

1) Keadilan (*Al-Adl*)

Islam menekankan pentingnya prinsip keadilan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Dalam konteks CSR, perusahaan harus memastikan bahwa mereka tidak hanya mengejar keuntungan pribadi, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar. Hal ini sejalan dengan prinsip *adl* (keadilan) dalam ekonomi Islam, di mana segala bentuk ketimpangan sosial harus dihindari dan setiap pihak mendapatkan haknya secara proporsional.

2) Tanggung Jawab Sosial (*Fidiyah*)

Islam mengajarkan bahwa setiap individu atau badan usaha memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat. Ini tercermin dalam prinsip *fiyah* yang mengharuskan perusahaan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan. Dalam CSR, ini dapat diterjemahkan dalam bentuk program sosial yang berfokus pada pengentasan kemiskinan, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kualitas hidup yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

3) Keseimbangan (*Tawazun*)

Konsep *tawazun* mengajarkan pentingnya keseimbangan antara keuntungan duniawi dan kebutuhan sosial. Dalam praktek CSR, perusahaan diharapkan untuk mencari keseimbangan antara mencapai keuntungan dan kontribusi sosial. CSR yang diterapkan oleh perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada manfaat sosial yang berkelanjutan bagi masyarakat. Hal ini mencerminkan prinsip bahwa perusahaan harus beroperasi dengan mempertimbangkan kebutuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara holistik.

4) Larangan Riba (*Riba*)

Dalam Islam, riba (bunga) dianggap haram karena mengandung unsur eksploitasi. Hal ini mempengaruhi prinsip-prinsip CSR, yang harus dihindari dalam segala bentuk praktik yang merugikan pihak lain. Perusahaan yang mengimplementasikan CSR dalam perspektif ekonomi Islam harus menjauhi praktik yang tidak adil seperti pinjaman berbunga tinggi dan memastikan bahwa segala bentuk transaksi dilakukan dengan cara yang halal dan transparan.

5) **Transparansi dan Kejujuran (Amanah)**

Prinsip amanah (kejujuran dan tanggung jawab) merupakan nilai penting dalam etika ekonomi Islam. Dalam praktik CSR, perusahaan diharapkan untuk bertransparansi tentang dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional mereka. Hal ini untuk memastikan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan tidak hanya sekedar untuk pencitraan, tetapi benar-benar memberikan manfaat bagi masyarakat.

6) **Prinsip Kepedulian Terhadap Lingkungan (Istihsan)**

Islam juga menekankan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Konsep istihsan (memilih yang lebih baik) dapat diterapkan dalam CSR untuk memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan kelestarian lingkungan dan keberlanjutan sumber daya alam. Ini bisa terlihat dalam inisiatif ramah lingkungan seperti pengurangan emisi, penggunaan energi terbarukan, dan pengelolaan limbah.

3.3. Bidang Implementasi Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Badan Usaha

Global Compact Initiative menegaskan kembali tentang Triple P sebagai tiga pilar CSR dengan menyatakan bahwa tujuan bisnis adalah untuk mencari laba (profit), menyejahterakan orang (people), dan menjamin keberlanjutan kehidupan (planet). Ketiga aspek itu diwujudkan dalam kegiatan sebagaimana terlihat pada tabel berikut (Busyra Azheri: 2012) :

1) **Bidang Ekonomi**

CSR di bidang ekonomi dapat dirumuskan sebagai kewajiban untuk berperan serta dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat, bukan hanya internal, akan tetapi juga eksternal. Implikasinya pun banyak, seperti penciptaan lapangan kerja, produksi barang dan jasa yang bermanfaat bagi konsumen, tidak memperlebar jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin serta secara internal memberikan imbalan yang adil, wajar, dan layak bagi para anggota organisasi.

2) Bidang Politik

Para manajer dan seluruh karyawan suatu organisasi adalah warga suatu masyarakat yang mempunyai hak dan kewajiban sebagaimana warga lainnya. Oleh karena itu, mereka mempunyai kewajiban di bidang politik seperti turut menjaga stabilitas politik di masyarakat dan menggunakan hak pilihnya dalam pemilihan umum yang diselenggarakan oleh pemerintah.

3) Bidang Sosial Pendidikan

Sebagaimana halnya dengan bidang-bidang lainnya, perusahaan pun mempunyai kewajiban di bidang sosial yang mencakup berbagai aspek, seperti tanggung jawab untuk turut serta memajukan kegiatan pendidikan pada semua jenjang mulai dari taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah lanjutan, pendidikan tinggi, mendorong dan mendukung terselenggaranya kegiatan pendidikan non formal yang berlangsung seumur hidup, mendukung program pemberantasan tuna aksara, mendorong kreativitas masyarakat di bidang seni, termasuk seni musik, seni tari, dan seni lukis. Yang penting dari bidang sosial ialah kebiasaan menggunakan bahasa nasional dengan cara yang benar, seperti dalam proses berkomunikasi antar individu dan antar kelompok dalam perusahaan. Disini termasuk penggunaan Bahasa nasional dalam pemberian nama atau identitas perusahaan dan dalam melakukan berbagai kegiatan promosi produk yang dihasilkan.

4) Bidang Legal

Logika dan rasa tanggung jawab sebagai warga negara menyatakan bahwa ketaatan pada berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku sesungguhnya bukan hanya merupakan salah satu tanggung jawab sosial seseorang, akan tetapi merupakan "keharusan mutlak". Dengan ketaatan itu tertib sosial dapat terpelihara dan keseimbangan antara hak dan kewajiban seseorang dapat diwujudkan. Melanggar berbagai ketentuan yang sifatnya normatif, bukan hanya akan merugikan orang yang bersangkutan, akan tetapi juga merupakan jalan menuju ketidakberhasilan. Apabila seorang usahawan melakukan berbagai pelanggaran terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan, sesungguhnya ia melakukan sesuatu yang akhirnya merugikan perusahaan sendiri.

5) Bidang Etika

Sudah umum diakui dan diterima sebagai kenyataan bahwa dalam kehidupan bersama terdapat norma moral dan etika yang mengikat semua anggota masyarakat, termasuk kalangan dunia usaha. Meskipun sulit mengatakan bahwa norma moral dan etika tersebut berlaku secara universal, akan tetapi di lingkungan suatu masyarakat tertentu biasanya terdapat kesepakatan tentang norma moral dan etika yang berlaku bagi

mereka. Pada dasarnya dapat dikatakan bahwa norma moral dan etika dianggap baik apabila diterima oleh masyarakat. Kondisi ini pun berlaku dalam dunia perusahaan, karena perusahaan merupakan anggota dari suatu komunitas yang berarti sama dengan manusia sendiri.

6) Diskresi (Kebebasan Mengambil Keputusan)

Berkaitan dengan kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam penyelenggaraan kegiatan perusahaan, termasuk dalam pengambilan keputusan tentang kewajiban sosial yang akan ditunaikannya. Penggunaan diskresi tersebut berbeda antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain, karena dipengaruhi oleh banyak faktor. Akan tetapi penggunaan diskresi harus dilakukan secara bertanggung jawab, dalam arti diskresi digunakan untuk memperkuat komitmen manajemen memikul tanggung jawab sosialnya.

3.4 Pola Implementasi Praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Badan Usaha

Dalam pelaksanaannya, perusahaan sebagai pelaku CSR dapat menerapkan beberapa model CSR. Ada empat model atau pola CSR di Indonesia, diantaranya:

1) Keterlibatan Langsung

Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan secara langsung kepada masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini sebuah perusahaan biasanya menugaskan satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary*, *public affair manager*, atau menjadi bagian dari tugas pejabat public relation.

2) Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Model ini merupakan adopsi dari model yang lazim diterapkan perusahaan-perusahaan di negara maju. Contohnya saja seperti PT. MNC Investama mendirikan MNC Peduli sebagai perpanjangan tangan penyaluran CSR. Atau contoh lain Bank Indonesia mendirikan organisasi mahasiswa yang bernama GenBI.

3) Bermitra dengan Pihak Lain

Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/organisasi non pemerintah, instansi pemerintah, universitas, media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya. Contohnya saja seperti perusahaan atau lembaga keuangan yang menyerahkan dana

CSR nya kepada yayasan sosial kemanusiaan untuk disalurkan kepada yang membutuhkan, contohnya: palestina atau anak-anak yatim.

4) Mendukung atau Bergabung dalam Suatu Konsorsium

Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu.

4. KESIMPULAN

Sejatinya CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. Praktek kedermawanaan sosial perusahaan dewasa ini mengalami perkembangan pesat sejalan dengan perkembangannya konsep *Corporate Social Responsibility*. Hal terkait dengan mandat dunia untuk tidak semata-mata mencari keuntungan, tetapi harus pula bersikap etis dan berperan dalam penciptaan investasi sosial. Praktik CSR dalam perspektif ekonomi Islam tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga pada pencapaian kesejahteraan sosial yang berkelanjutan. Nilai-nilai etika ekonomi Islam, seperti keadilan, tanggung jawab sosial, keseimbangan, larangan riba, transparansi, dan kepedulian terhadap lingkungan, memberikan landasan yang kuat bagi perusahaan untuk bertindak tidak hanya demi keuntungan pribadi tetapi juga demi kesejahteraan umat. Dengan demikian, CSR dalam ekonomi Islam dapat menjadi jembatan antara dunia bisnis dan masyarakat untuk menciptakan nilai yang lebih holistik dan berkelanjutan. Bidang implementasi praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam badan usaha antara lain : bidang ekonomi, politik, sosial, legal, etika, dan kebebasan mengambil keputusan. Sedangkan pola implementasi praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam badan usaha antara lain : keterlibatan langsung, melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bermitra dengan pihak lain, dan mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium.

5. REFERENSI

Harni, Mustaqim, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Perusahaan Kalla A Group of Companies), Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2023

- CSR Menurut Perspektif Alquran, *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 1617-1633, Prodi Hukum Ekonomi Syariah
Stisnu Nusantara Tangerang
- Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Edi Suharto, *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Nasution, H. *Ekonomi Islam: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Gema Insani, 2009
- Al-Qardhawi, Y, *Fiqh al-Mu'amalat al-Maliyah al-Islamiyah*. Cairo: Dar al-Shuruq, 2000
- M. Ma'ruf, I, *Etika Bisnis dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar,
2015
- Al-Qur'an. (n.d.). *Al-Qur'an Al-Karim*
- An-Najjar, M. A, *The Role of Corporate Social Responsibility in the Development of
Islamic Economy*. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 8(2),
2016
- Kamali, M. H, *Principles of Islamic Jurisprudence*. Islamic Text Society, 2002
- Haneef, M. A, *Islamic Business Ethics: A Reflection of Islamic Values in Business
Practices*. *Journal of Islamic Economics*, 5(2), 2009
- Zubair, M., & Mubeen, R, *Corporate Social Responsibility in Islamic Perspective: An
Overview*. *Asian Journal of Business Ethics*, 3(1), 2014
- Muhammad, A. *Islamic Ethics in Business: A Conceptual Approach*. *International
Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 1(1), 2015.