

Hakikat *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Perspektif Islam

Muhammad Fahrurrozi

Universitas Hamzanwadi Selong NTB

Ika Purwanti

Jurusan Manajemen Strategi FEB Universitas Brawijaya Malang

Email : ozyalu@gmail.com; ikapoer2@gmail.com

Abstrak : Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Islam merupakan salah satu cara dalam mencapai tujuan Ekonomi Islam, yaitu kesejahteraan ekonomi, keadilan, distribusi pendapatan yang adil, dan kebebasan individu dalam konteks kesejahteraan sosial masyarakat. Islam sangat mendukung implementasi CSR karena tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis menciptakan banyak permasalahan sosial, dan perusahaan bertanggung jawab untuk menyelesaikannya. CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholder-nya. Perusahaan harus sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga oleh komunitas yang berada di sekelilingnya. Dalam perspektif Islam, hakikat CSR mengemban 3 bentuk implementasi yang dominan, yaitu : (1) CSR terhadap stakeholders, (2) CSR terhadap lingkungan alam, dan (3) CSR terhadap kesejahteraan sosial secara umum. Artikel ini mengangkat tema “Hakikat CSR dalam Perspektif Islam”. Adapun tujuannya adalah untuk mendeskripsikan Peran CSR dari Lembaga Bisnis Syariah di Indonesia dalam rangka memenuhi prinsip maqasid al-syariah sehingga mampu tercipta sistem ekonomi yang berlandaskan Syariah Islam.

Kata Kunci : CSR, Perspektif Islam

Perkembangan ekonomi syari’ah di Indonesia boleh dikatakan mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya lembaga keuangan dan non keuangan yang secara konsep maupun operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syari’ah. Bahkan di Indonesia, ekonomi syari’ah telah dikembangkan dalam bentuk pengajaran. Pembelajaran tentang ekonomi syari’ah telah diajarkan di beberapa perguruan tinggi baik negeri maupun swasta.

Basis utama sistem ekonomi syari’ah sesungguhnya tidak hanya terletak pada aspek kerangka dasarnya yang berlandaskan syari’ah, tetapi juga pada aspek tujuannya yaitu

mewujudkan suatu tatanan ekonomi masyarakat yang sejahtera berlandaskan keadilan, pemerataan, dan keseimbangan. Atas dasar tersebut, maka pemberdayaan ekonomi syari’ah di Indonesia hendaknya dilakukan dengan strategi yang ditujukan bagi perbaikan kehidupan dan ekonomi masyarakat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Secara konseptual, CSR merupakan sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan

dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi CSR harus berpijak pada *triple bottom line*, yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri : 2008). Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang (Anto & Astuti : 2008). Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid al syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia dan strategis karena bukan sekedar diperbolehkan dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah yang tercermin dalam kandungan Firman Allah Q.S. Al-Baqarah : 148.

CSR merupakan fenomena strategi perusahaan yang mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan *stakeholder*-nya. Perusahaan harus sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal saja melainkan juga oleh komunitas yang berada di sekelilingnya. Terdapat nilai penting yang harus diperhatikan dalam hubungan ini bahwa telah terjadi pergeseran hubungan antara perusahaan dan komunitas. Perusahaan yang semula memposisikan diri sebagai pemberi donasi melalui kegiatan *charity* kini memposisikan masyarakat

sebagai mitra yang turut andil dalam kelangsungan eksistensi perusahaan.

CSR menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindarkan seiring dengan adanya tuntutan masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan-perusahaan besar di Indonesia bahkan telah menjadikan CSR sebagai program kerja tahunan yang ditangani serius dalam berbagai bidang sosial. Beberapa perusahaan besar di Indonesia, seperti PT. HM Sampoerna yang konsisten pada Beasiswa dan Pendidikan, PT. Sido Muncul pada bidang Budaya, PT. Gudang Garam Tbk dalam pelestarian flora dan fauna, dan PT. Aqua Danone dalam pengadaan air bersih. Diantara perusahaan-perusahaan besar tersebut PT. Unilever Indonesia mendapat penghargaan sebagai kategori perusahaan program Kepedulian Sosial (CSR) terbaik di Indonesia – No. 1 dalam “*Anugerah Business Review 2007*”. Demikian juga di dunia lembaga bisnis syariah, CSR juga telah menjadi tren baru yang menarik.

Di Indonesia, Pemerintah secara khusus mendorong peran serta perusahaan-perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Regulasi mengenai CSR tertuang dalam pasal 74 Undang-undang nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Aturan lain yang juga memuat mengenai CSR adalah Undang-undang No. 25 tahun 2007 pasal 15(b) dan pasal 16 (d) tentang Penanaman Modal. Hal yang sama juga berlaku bagi entitas perbankan syariah dalam melaksanakan aktivitas CSR-nya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas mengenai perkembangan CSR yang telah menjadi isu bisnis dalam prinsip *maqasid al-syari'ah*, serta mengingat pentingnya menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat dalam

sebuah program yang berkelanjutan. Maka artikel ini diangkat dengan tujuan mendeskripsikan Peran CSR dari Lembaga Bisnis Syariah di Indonesia dalam rangka memenuhi prinsip *maqasid al-syariah* sehingga mampu tercipta sistem ekonomi yang berlandaskan *Syariah Islam*.

PEMBAHASAN

Makna Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai 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 ekonomi, sosial, dan lingkungan (Ardianto : 2011).

CSR dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inheren* dari ajaran Islam itu sendiri. Kewajiban melaksanakan CSR bukan hanya

menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar perusahaan dan masyarakat tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika CSR tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan CSR dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajiban, martabat, dan keadilan, serta memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan aktif, meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan pemberdayaan masyarakat.

Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia juga strategis karena bukan hanya sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Alqur'an Surat Al-Jumu'ah Ayat 148:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung (Q.S. Al-Jumu'ah: 10).

Manfaat dan Prinsip CSR

CSR dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya didasari oleh tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom lines* (3P), yaitu *Profit*, *People*, dan *Planet*. Perusahaan

tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memadai, sebab profit merupakan pondasi bagi perusahaan untuk dapat beroperasi dan berkembang.

Dengan pemerolehan profit yang memadai, perusahaan dapat membagi dividen kepada pemegang

saham, memberi imbalan yang layak kepada karyawan, membayar pajak kepada pemerintah, pemberian beasiswa kepada pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan memberikan banyak dampak yang diharapkan kepada masyarakat. Kepedulian dan perhatian terhadap kesejahteraan masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas dan pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, serta kompetensi masyarakat di berbagai bidang.

Beberapa proses produksi yang digunakan oleh perusahaan dapat berbahaya bagi lingkungan. Oleh karenanya perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan, ikut berpartisipasi dalam usaha pemeliharaan dan pelestarian lingkungan. Perusahaan harus berpartisipasi mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan CSR, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar profit jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Apa yang memotivasi perusahaan melakukan CSR? Kotler & Lee (2005) memberikan beberapa alasan tentang perlunya perusahaan menerapkan aktivitas CSR, yaitu dapat membangun *position brand*, mendongkrak penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan loyalitas karyawan, mengurangi biaya operasional, serta meningkatkan daya

tarik perusahaan di mata investor dan analisis keuangan.

Perusahaan yang melakukan praktek CSR secara etis akan dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggannya, yang kemudian akan kembali untuk membeli lebih banyak produk perusahaan. Dengan memperlakukan karyawan perusahaan dengan baik, perusahaan memotivasi mereka untuk bekerja lebih keras lagi. Dengan membayar utang kepada kreditur secara tepat waktu, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan kreditur ketika perusahaan membutuhkan lebih banyak pendanaan.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa kegiatan CSR memberikan manfaat kepada kedua belah pihak yaitu masyarakat dan perusahaan. Masyarakat sekitar sebagai pihak penerima manfaat dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidupnya, sedangkan perusahaan sebagai pelaksana mendapatkan timbal balik berupa penilaian positif terhadap citra perusahaan dari seluruh masyarakat penerima manfaat sehingga pada akhirnya akan mendapatkan dukungan yang menjamin keberlangsungan perusahaan serta loyalitas pelanggan. Paparan ini juga didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Esen (2013), hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasi perusahaan dengan berbagai *stakeholder*. CSR telah menjadi salah satu dimensi kunci dari reputasi perusahaan dan menjadi identitas, *image*, dan keberhasilan organisasi perusahaan ketika dibandingkan dengan dimensi lainnya. CSR memicu proses pembentukan citra perusahaan. Dalam hubungannya dengan keberhasilan perusahaan,

pengaruh CSR bervariasi berdasarkan ukuran perusahaan, industri dan anggaran pemasaran (Brettel & Arendt : 2010).

Model Corporate Social Responsibility (CSR)

Saidi dan Abidin (2004) menyebutkan 4 model atau pola CSR yang umumnya diterapkan di Indonesia, yaitu: Keterlibatan langsung : Perusahaan menjalankan program CSR secara langsung dengan menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara. Untuk menjalankan tugas ini, biasanya perusahaan menugaskan salah satu pejabat seniornya, seperti *corporate secretary* atau *public affair manager*. Contoh CSR keterlibatan langsung adalah pemberian bantuan bencana alam, bantuan perbaikan sarana ibadah, bantuan peningkatan kesehatan, dll. Melalui yayasan atau organisasi sosial perubahan : Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau grupnya. Perusahaan biasanya menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan. Contoh yayasan yang didirikan oleh grup usaha milik pengusaha muslim Chairul Tanjung, CT. Corp, adalah Yayasan CT Foundation. CT Foundation adalah yayasan yang mengelola SMA Unggulan di Medan, dimana sekolah tersebut merupakan sekolah berasrama yang memberikan beasiswa penuh selama masa pendidikan kepada siswa berprestasi belajar yang baik tetapi tidak mampu secara ekonomi.

Bermitra dengan pihak lain : Perusahaan menyelenggarakan CSR melalui kerjasama dengan lembaga sosial/ organisasi non-pemerintah,

instansi pemerintah, universitas, atau media massa baik dalam mengelola dana maupun dalam mengelola kegiatan sosialnya. Beberapa lembaga sosial atau organisasi non-pemerintah yang bekerjasama dengan perusahaan dalam melaksanakan CSR adalah Palang Merah Indonesia (PMI), Dompot Dhuafa, Instansi pemerintah (LIPI, Depdiknas, Depkes, Depsos), Perguruan Tinggi, Media Massa (Kompas, Kita Peduli Indosiar). Contoh bentuk program CSR jenis ini, misalnya perusahaan memberikan CSR berupa bantuan pengembangan budi daya pertanian pepaya organik yang bekerjasama dengan Fakultas Pertanian UB.

Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorsium : Perusahaan turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Pola CSR ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat "hibah pembangunan". Pihak konsorsium atau lembaga semacamnya yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukungnya secara proaktif mencari mitra kerjasamadari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama. Contoh CSR dari PLN yang berupa pembangunan pembangkit listrik biogas di Desa Bojong Sleman. Pembangkit biogas ini memanfaatkan kotoran ternak sapi sebagai bahan utama. PLN telah mendukung pengembangan komunitas berbasis optimalisasi biogas dan potensi lokal di Sleman yang bekerja sama dengan Fakultas Teknik UGM.

Peran Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam

Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang

dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, antara suatu

kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Hakikat falsafah ekonomi Islam yang tercermin dalam CSR difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-

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

Artinya: Oleh karena itu Kami tetapkan (suatu hukum) bagi Bani Israil, bahwa: Barangsiapa yang membunuh seorang manusia, bukan karena orang itu (membunuh) orang lain, atau bukan karena membuat kerusakan dimuka bumi, Maka seakan-akan Dia telah membunuh manusia seluruhnya. dan Barangsiapa yang memelihara kehidupan seorang manusia, Maka seolah-olah Dia telah memelihara kehidupan manusia semuanya. dan Sesungguhnya telah datang kepada mereka Rasul-rasul Kami dengan (membawa) keterangan-keterangan yang jelas, kemudian banyak diantara

masyarakat dengan masyarakat lain. CSR merujuk pada kewajiban-kewajiban perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi

Qur'an, yaitu:

Menjaga lingkungan dan melestarikannya

Kaum muslim selalu didorong untuk menghargai alam. Bahkan Allah SWT telah menunjuk keindahan alam sebagai salah satu dari tanda-tanda kebesarannya. Islam menuntun manusia agar mengelola kekayaan alam dengan ilmu dan amal. Di samping, mengingatkan agar dalam mengolah kekayaan alam tersebut memperhatikan batas-batas haram dan halal, juga memelihara kelestariannya.

Pada dasarnya Islam sangat menekankan agar kaum muslimin mau menggali kekayaan alam yang

terhampar dan tersembunyi di muka bumi. Nikmat kekayaan alam tersebut perlu dieksplor dengan menggunakan berbagai ilmu sesuai dengan spesialisasinya masing-masing, tergantung pada kekayaan alam apa yang akan digali dan akan digunakan untuk kesejahteraan umat manusia. Kerja keras dalam mengolah kekayaan alam adalah bagian dari ibadah, karenanya dalam melakukan proses produksi sangat ditekankan agar kaum muslimin memperhatikan batas halal dan haram yang ditentukan oleh Pemilik dan Penguasa alam ini. Tanpa kecuali ditekankan pula agar

mereka sesudah itu sungguh-sungguh melampaui batas dalam berbuat kerusakan dimuka bumi. (Q.S. Al-Maidah ayat 32)

memelihara dan melestarikan alam yang telah diambil manfaatnya. Betapa besar perhatian Islam terhadap masalah lingkungan. Perhatian tersebut seringkali disertai baik dengan ancaman maupun himbauan. Misalnya, dalam Q.S. Al-maidah ayat 64 dan Q.S. Al-Baqarah ayat 205 menyebutkan bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang membuat kerusakan. Di sisi lain, Islam juga menghimbau agar tidak menyalahgunakan kekayaan pertanian, peternakan, mendorong menghidupkan

tanah mati agar bermanfaat untuk pertanian, dan lain sebagainya. Dalam rangka mengelola dan melestarikan lingkungan sesuai dengan karakter ajaran Islam secara universal, harus selalu mengedepankan etika (akhlak). Oleh karena itu, norma-norma yang diaplikasikan dalam CSR adalah berbasis Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

Upaya untuk menghapus kemiskinan (Q.S. Al-Hasyr : 7)

مَا أَفَاءَ اللَّهُ 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

Artinya: Apa saja harta rampasan (fai-i) yang diberikan Allah kepada RasulNya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota Maka adalah untuk Allah, untuk rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang Kaya saja di antara kamu. apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Amat keras hukumannya.

Selain harus bertanggung jawab kepada lingkungan alam sekelilingnya, kaum Muslim dan organisasi tempat mereka bekerja juga diharapkan memberikan perhatian kepada kesejahteraan umum masyarakat dimana mereka tinggal. Pengusaha muslim harus turut memperhatikan kesejahteraan anggotanya yang miskin dan lemah. Lembaga-lembaga bisnis Islam harus memberi perhatian kepada usaha-usaha

amal dan mendukung berbagai tindakan kedermawanan.

Tujuan utama dari CSR adalah bukan sekedar membantu atau memberi barang kepada si penerima, melainkan berupa agar si penerima memiliki kemampuan atau kapasitas untuk mampu menolong dirinya sendiri. Terutama kelompok lemah atau kurang beruntung agar mereka memiliki kemampuan dalam memenuhi

kebutuhan dasarnya. Misalnya, melalui program-program pelatihan, pemberian modal usaha, perluasan akses terhadap pelayanan sosial, dan program peningkatan kemandirian agar kelompok lemah tersebut mampu **mendatangkan keuntungan yang lebih besar**

memberdayakan potensi yang dimilikinya.

Mendahulukan sesuatu yang bermoral bersih daripada sesuatu yang secara moral kotor, meskipun

مَا جَعَلَ اللَّهُ مِنْ نَجْدٍ وَلَا سَائِبَةٍ وَلَا وَصِيلَةٍ وَلَا حَامِرٍ وَلَكِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ وَأَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya: Allah sekali-kali tidak pernah mensyariatkan adanya bahuirah, saaiabah, washiilah dan haam akan tetapi orang-orang kafir membuat-buat kedustaan terhadap Allah, dan kebanyakan mereka tidak mengerti. (Surat Al-Maidah ayat 103)

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang terapkan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak atau perjanjian bisnis. Dalam beraktivitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil (*Al-Adl*) yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi implementasi CSR berlandaskan hukum syariah harus memperhatikan keseimbangan, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, *gharar* (spekulasi), *najsyi* (iklan palsu)2.

ihthikar (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

Bagi para pekerja Muslim, Allah SWT memberikan peringatan yang jelas di dalam Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 33 : "Katakanlah : Tuhanku hanya mengharamkan perbuatan yang keji, baik yang nampak maupun yang tersembunyi, dan perbuatan dosa, melanggar hak manusia tanpa alasan yang benar".

Baik bagi pekerja maupun pelaku bisnis Muslim yang menyadari makna ayat di atas seharusnya tidak berbuat sesuatu dengan cara yang tidak etis.

Jujur dan amanah

يٰۤاَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui. (Surat Al-Anfal ayat 27)

Konsep jujur dan amanah dalam dunia bisnis merupakan niat dan i'tikad yang perlu diperhatikan baik dalam pengelolaan sumber daya maupun dalam mengemudikan perusahaan.

Perusahaan yang mengimplementasikan CSR harus memahami dan menjaga kejujuran dan amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya, misalnya menciptakan produk yang berkualitas serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Sikap jujur dan amanah dalam lembaga Perbankan Syariah misalnya, dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparansi kepada yang berhak, amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran karyawan, dan lain-lain. Amanah dan jujur dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

Keempat hakikat moral CSR dalam Islam di atas merupakan upaya untuk menyelaraskan semua aspek kehidupan seorang Muslim sesuai dengan ajaran agamanya, sehingga sistem bisnis Syariah diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap tercapainya tujuan sosio-ekonomi Islam.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk peran CSR dalam perspektif Islam meliputi 3 bentuk implementasi yang dominan, yaitu:

CSR terhadap para pelaku dalam perusahaan dan *stakeholder* (pelanggan, karyawan, investor, pemasok, pesaing, masyarakat)
CSR terhadap lingkungan alam
CSR terhadap kesejahteraan secara umum.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi inheren dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*Maqashid Al-syariah*) adalah *maslahah* sehingga bisnis merupakan upaya untuk menciptakan *maslahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Maka secara otomatis aktivitas CSR di lembaga bisnis berbasis syariah juga melekat secara inheren sebagai konsekuensi kebersandaran lembaga bisnis syariah pada ajaran Islam. Berbeda dengan lembaga bisnis konvensional tidak dapat dipisahkan secara dikotomis antara orientasi bisnis dengan orientasi sosialnya.

Aktivitas-aktivitas sosial (CSR) dari lembaga bisnis syariah yang dilaksanakan dengan baik merupakan nilai tambah yang dapat berdampak pada meningkatnya profit jangka panjang dan *goodwill* yang diperoleh dari citra positif dari bisnis yang dijalankan serta meningkatnya kepercayaan para *stakeholder* terhadap kinerja bisnis tersebut. Dalam perspektif Islam, kebijakan perusahaan dalam mengembangkan CSR terdapat tiga bentuk implementasi yang dominan, yaitu CSR terhadap *stakeholder*, lingkungan alam, dan kesejahteraan sosial secara umum.

Dalam rangka mewujudkan CSR beretika, pemerintah berupaya mendorong penerapan CSR di Bank Syariah dari sisi regulasi, yang dituangkan dalam Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas; Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dukungan regulasi tersebut diharapkan bank-bank syariah harus tampil sebagai

pionir terdepan dalam mengimplementasikan CSR berbasis syariah.

Saran

Berdasarkan hasil penulisan ini, penulis menyarankan beberapa hal terkait CSR yang harus dilakukan ke depan guna mewujudkan visi Indonesia sebagai kiblat ekonomi syariah. Pemerintah dan masyarakat harus meningkatkan pemahaman komprehensif mengenai konsep dan praktik CSR yang benar dan ideal. Agar mampu mempraktikkan program CSR tidak hanya sebatas kontribusi amal, tetapi mampu menciptakan sebuah sistem dengan pemerintah dan masyarakat dimana diantara saling berhubungan satu sama lain dan saling memberikan keuntungan. CSR yang berbentuk *charity* perlu dikurangi, sebagai langkah awal untuk mengarahkan CSR dalam bentuk pemberdayaan. *Charity* dapat menimbulkan ketergantungan

masyarakat dan rendahnya rasa tanggung jawab terhadap penggunaan dana CSR. Perlu dilakukan pengkajian penelitian lebih lanjut mengenai CSR antara lembaga bisnis konvensional dengan lembaga bisnis syariah. Selain itu juga penelitian yang difokuskan pada perusahaan yang melaksanakan CSR sebagai strategi bisnisnya. Mengingat CSR dapat menjadi strategi bisnis yang inheren dalam perusahaan untuk menjaga reputasi dan loyalitas atau citra perusahaan. Hal ini akan dapat menjadi keunggulan kompetitif perusahaan yang sulit ditiru oleh pesaing.

Dunia usaha berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan pula faktor lingkungan hidup. Dengan demikian, efektivitas kegiatan CSR terhadap pembangunan berkelanjutan perusahaan sebagai dampak global dari kegiatan CSR merupakan kajian yang cukup menarik untuk diteliti lebih dalam. Sehingga penelitian dapat berfokus pada prinsip CSR (3P).

DAFTAR RUJUKAN

- Anto, Hendri M.B & Astuti, D.R. 2008. *Persepsi Stakeholder terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility : Kasus pada Bank Syariah di DIY*. Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 10 No. 1 Januari 2008.
- Brettel, M. & Arendt, S. 2010. Understanding The Influence of Corporate Social Responsibility on Corporate Identity, Image, and Firm Performance. *Journal of Management Decision*, 48 (10) : 1469-1492.
- Daniri, M. 2008. *Standarisasi Tanggung jawab Sosial Perusahaan (Bagian I)*". (Online), (<http://www.madaniri.com/2008/01/17/standarisasi-tanggungjawab-sosial-perusahaan-bag-i/>), diakses 07 Agustus 2016.
- Kotler, P. & Lee, N. 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Esen, E. 2013. The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities on Building Corporate Reputation.

*Sustainability and Corporate
Social Responsibility Journal*, 11 :
133-150.

Saidi & Abidin. 2004. *Corporate
Social Responsibility : Alternatif
Bagi Pembangunan Indonesia*.
Jakarta : ICSD.