

IMPLEMENTASI CSR BERBASIS ETIKA BISNIS ISLAM DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEMASLAHATAN MASYARAKAT

Yuda Esya Prasetya

Universitas Muhammadiyah Surabaya

yudaesya@um-surabaya.ac.id

Abstrak

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif Islam bukan sekadar kewajiban sosial, melainkan manifestasi ibadah dan muamalah yang berlandaskan peran manusia sebagai khalifah. Penelitian ini bertujuan menganalisis implementasi CSR yang berakar pada etika bisnis Islam, seperti *amanah*, *'adl* (keadilan), dan *ihsan* serta mengevaluasi dampaknya terhadap kemaslahatan masyarakat. Menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui studi pustaka, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berbasis etika Islam secara intrinsik selaras dengan *Maqasid al-Shari'ah*. Implementasi yang otentik mampu mentransformasi program dari sekadar bantuan karitatif menjadi pemberdayaan ekonomi yang strategis. Kebaruan (*novelty*) dan kontribusi utama penelitian ini terletak pada perumusan kerangka konseptual yang menjadikan *Maqasid al-Shari'ah* sebagai parameter evaluasi anti-*greenwashing*, sebuah pendekatan yang masih jarang dieksplorasi dalam literatur CSR kontemporer. Kesimpulannya, integrasi nilai Islam memberikan fondasi moral yang kuat bagi korporasi untuk mencapai keseimbangan antara profitabilitas dan keberkahan sosial (*falah*).

Kata kunci: *corporate social responsibility, etika bisnis Islam, kemaslahatan, Maqasid al-Shari'ah*

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) practices from an Islamic perspective are not merely a social obligation, but rather a manifestation of worship and social interaction grounded in humanity's role as vicegerents. This study aims to analyse the implementation of CSR rooted in Islamic business ethics, such as amanah, 'adl (justice), and ihsan and to evaluate its impact on the public good. Using a descriptive qualitative method through a literature review, the results indicate that CSR based on Islamic ethics is intrinsically aligned with the Maqasid al-Shari'ah. Authentic implementation can transform programmes from mere charitable aid into strategic economic empowerment. The novelty and main contribution of this study lie in the formulation of a conceptual framework that uses the Maqasid al-Shari'ah as an anti-greenwashing evaluation parameter, an approach that remains rarely explored in contemporary CSR literature. In conclusion, the integration of Islamic values provides a strong moral foundation for corporations to achieve a balance between profitability and social welfare (falah).

Keywords: *corporate social responsibility, Islamic business ethics, Maqasid al-Shari'ah, welfare*

1. Pendahuluan

Polemik dunia usaha di era globalisasi, khususnya abad ke-21 telah mengalami transformasi paradigma yang fundamental. Indikator keberhasilan sebuah entitas bisnis hari ini, tidak lagi hanya diukur menggunakan pencapaian laba finansial jangka pendek, melainkan telah bertransformasi menuju validasi atas pentingnya aspek sosial dan kelestarian lingkungan hidup. Kesadaran global ini memungkinkan lahirnya konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai instrumen bagi suatu perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawabnya kepada khalayak umum. Perusahaan modern saat ini dituntut untuk menjadi warga sipil yang baik, yang tidak hanya menyerap sumber daya dari masyarakat, namun harus tetap berkontribusi balik yang signifikan demi keberlanjutan peradaban. (Carroll 2016; Jamali dan Karam 2018; Schwartz dan Carroll 2008)

Di Indonesia, komitmen terhadap tanggung jawab sosial ini telah mendapatkan legitimasi hukum yang kuat, dibuktikan dengan adanya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Aturan ini mencerminkan upaya formil untuk Upaya sinergi antara kepentingan ekonomi korporasi dengan agenda pembangunan nasional. Tetapi, keberadaan naungan hukum tersebut sering kali belum cukup untuk menjamin implementasi yang substantif di lapangan, mengingat banyaknya celah interpretasi dalam teknis pelaksanaannya. (Freeman dan Dmytriiev 2017)

Salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini adalah masih banyak perusahaan yang memandang program tersebut hanya sebagai konsekuensi biaya operasional atau sekadar sarana memenuhi tuntutan regulasi (Jamali dan Karam 2018). Dalam praktiknya, tidak sedikit perusahaan yang menggunakan CSR sebagai instrumen pencitraan melalui fenomena *greenwashing*, yakni menampilkan kesan peduli terhadap lingkungan dan masyarakat tanpa diiringi perubahan nyata terhadap dampak negatif aktivitas bisnisnya. Kondisi tersebut menyebabkan program CSR kehilangan esensi sebagai instrumen pembangunan sosial, sehingga manfaat yang dihasilkan bagi masyarakat menjadi terbatas dan kepercayaan publik terhadap komitmen perusahaan semakin menurun.

Di Indonesia, implementasi CSR yang mengadopsi prinsip-prinsip syariah juga masih menghadapi berbagai kendala (Wahyudi dkk. 2023) regulasi dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan.. Berbagai laporan keberlanjutan, baik pada industri halal maupun lembaga keuangan syariah, menunjukkan bahwa penyaluran dana sosial masih lebih banyak diwujudkan dalam bentuk bantuan konsumtif atau kegiatan filantropi sesaat. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya diarahkan pada program pemberdayaan masyarakat yang bersifat produktif, terencana, dan berkelanjutan. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan penelitian yang cukup signifikan, karena sebagian besar kajian mengenai CSR di Indonesia masih berfokus pada aspek kepatuhan terhadap regulasi dan pengaruhnya terhadap kinerja Perusahaan (Maliha, Latianingsih, dan Azwar 2022; Nurjanah dan Mulazid 2018). Penelitian yang mengulas secara mendalam bagaimana nilai-nilai Islam dapat dijadikan dasar operasional untuk membangun model CSR yang autentik serta mampu menghindarkan praktik *greenwashing* masih relatif sedikit ditemukan.

Perbedaan antara idealitas etis dan praktik CSR di lapangan menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap aturan hukum saja belum cukup untuk membentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang bermakna (Platonova dkk. 2018). Dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki karakter religius, etika bisnis Islam menawarkan fondasi yang lebih komprehensif dibandingkan pendekatan CSR konvensional. Islam memandang kegiatan ekonomi sebagai bagian dari ibadah dalam ranah muamalah yang setiap pelaksanaannya akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT (*Terjemahan Ihya Ulumuddin Jilid 1 1963*). Berdasarkan prinsip *at-tawhid*, seluruh sumber daya pada hakikatnya merupakan milik Allah SWT, sedangkan manusia maupun korporasi hanya berperan sebagai khalifah yang diberi amanah untuk mengelola dan memanfaatkannya demi tercapainya kemaslahatan bersama.

Penerapan etika bisnis Islam dalam aktivitas CSR bertumpu pada konsep *Maqasid al-Shari'ah*, yang berorientasi pada perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Perspektif ini menempatkan CSR bukan sekadar aktivitas sukarela ataupun strategi reputasi perusahaan, melainkan sebagai bentuk tanggung jawab moral untuk menghindarkan kerusakan sekaligus menghadirkan manfaat bagi masyarakat. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan nilai kejujuran, keadilan (*'adl*), keseimbangan (*tawazun*), serta menghindari praktik eksploitasi yang hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata (Abd Aziz, Abd Ghadas, dan Ossofo 2023).

Penelitian ini bertujuan mengkaji secara mendalam proses internalisasi nilai-nilai etika bisnis Islam ke dalam kebijakan dan praktik Corporate Social Responsibility perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga berupaya menilai sejauh mana penerapan CSR berbasis syariah mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun spiritual. Pembahasan difokuskan pada upaya menggeser paradigma CSR dari pola bantuan yang bersifat karitatif menuju pendekatan pemberdayaan masyarakat yang mampu menciptakan kemandirian serta keberlanjutan (Carroll 2016; Freeman dan Dmytriiev 2017).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada dua ranah sekaligus. Dari sisi akademik, penelitian ini diharapkan memperluas pengembangan kajian ekonomi Islam, khususnya mengenai rekonstruksi konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang berlandaskan nilai-nilai profetik. Sementara itu, dari sisi praktis, temuan penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi perusahaan dalam merancang dan mengimplementasikan program CSR yang tidak hanya menghasilkan dampak sosial yang nyata, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip syariah sehingga aktivitas bisnis dapat menghadirkan keberkahan (*barakah*) serta mewujudkan tujuan akhir berupa *falah* bagi seluruh pemangku kepentingan. (Abd Aziz dkk. 2023; Jamali dan Karam 2018)

2. Kajian Pustaka

Bagian ini menguraikan landasan teoretis dan tinjauan penelitian terdahulu yang mendasari analisis mengenai implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam bingkai etika bisnis Islam. Kerangka ini menjadi basis logis dalam memetakan hubungan antara tanggung jawab korporasi dengan nilai-nilai transendental syariah.

2.1. Teori Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai dan prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai pedoman dalam mengatur perilaku individu maupun organisasi ketika menjalankan aktivitas ekonomi. Berbeda dengan etika bisnis konvensional yang berorientasi pada kepentingan manusia (*anthropocentric*), etika bisnis Islam dibangun atas paradigma *theocentric*, yaitu menempatkan seluruh aktivitas bisnis sebagai bentuk pengabdian dan pertanggungjawaban kepada Allah SWT. Oleh karena itu, setiap keputusan bisnis tidak hanya mempertimbangkan aspek keuntungan ekonomi, tetapi juga kesesuaiannya dengan ketentuan syariat. Nilai-nilai fundamental yang menjadi landasan etika bisnis Islam meliputi *Tawhid* (keesaan Allah), *'Adl* (keadilan), *Iradah* (kebebasan yang bertanggung jawab), *Mas'uliyah* (tanggung jawab), dan *Ihsan* (kebajikan). Keseluruhan prinsip tersebut menjadi pedoman dalam menciptakan aktivitas ekonomi yang berkeadilan, berintegritas, dan berorientasi pada kemaslahatan Bersama (Setiawan 2023).

Dalam perspektif tata kelola perusahaan, konsep *amanah* menempati posisi yang sangat penting karena korporasi dipandang sebagai pihak yang memperoleh mandat untuk mengelola sumber daya alam maupun sumber daya manusia secara bertanggung jawab (Setiawan 2023). Dengan demikian, orientasi perusahaan tidak dapat dibatasi hanya pada pencapaian keuntungan finansial, melainkan juga harus memperhatikan aspek kejujuran, transparansi, akuntabilitas, serta perlindungan terhadap seluruh pemangku kepentingan. Keberhasilan perusahaan dalam perspektif Islam tidak hanya diukur melalui indikator ekonomi, tetapi juga berdasarkan kontribusinya dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat, menjaga keseimbangan lingkungan, serta menghasilkan manfaat yang berkelanjutan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Implementasi etika bisnis Islam dapat dijumpai pada praktik operasional lembaga keuangan syariah, khususnya dalam pengelolaan dana sosial seperti Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf (ZISWAF), serta dana kebajikan (*qardhul hasan*) (Platonova dkk. 2018). Pengelolaan dana tersebut tidak hanya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif masyarakat, tetapi juga dimanfaatkan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi melalui pembiayaan produktif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sehingga mampu meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Di samping itu, prinsip *'Adl* dan *Mas'uliyah* diwujudkan melalui proses seleksi pembiayaan yang menghindari pendanaan terhadap kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah, termasuk usaha yang merusak lingkungan atau mengandung praktik eksploitasi. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa etika bisnis Islam tidak hanya menekankan pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga mendorong terwujudnya keadilan sosial, kelestarian lingkungan, dan pembangunan berkelanjutan yang selaras dengan tujuan *Maqasid al-Shari'ah*.

2.2. Konsep Corporate Social Responsibility (CSR)

Secara umum, CSR didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama dengan karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat luas. Konsep ini sering dikaitkan dengan teori *Triple Bottom Line* yang menekankan pada keseimbangan antara *Profit*, *People*, dan *Planet* (Maliha dkk. 2022). Perusahaan diharapkan mampu memitigasi dampak eksternalitas negatif dari kegiatan produksinya serta aktif dalam menciptakan nilai sosial positif.

Dalam diskursus kontemporer, CSR telah berkembang dari sekadar aktivitas filantropi sukarela menjadi bagian strategis dari tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*). Di Indonesia, hal ini dipertegas sebagai kewajiban hukum bagi sektor-sektor tertentu, yang menuntut integrasi antara kepentingan ekonomi korporasi dengan kebutuhan pembangunan nasional dan pelestarian lingkungan hidup.

Pelaporan tanggung jawab sosial saat ini telah diformalkan melalui mekanisme *sustainability reporting* (laporan keberlanjutan) yang menjadi standar global transparansi korporasi dalam memaparkan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosialnya. Namun, dalam diskursus ekonomi Islam, konsep CSR konvensional berevolusi menjadi *Islamic Social Responsibility* (ISR) (Wahyudi dkk. 2023). ISR melampaui orientasi antroposentris (kemanusiaan dan lingkungan alam) dengan menambahkan dimensi teosentris (kepatuhan kepada Allah). Indeks pengungkapan ISR biasanya mencakup parameter spesifik yang tidak ada pada CSR konvensional, seperti kepatuhan syariah (*sharia compliance*), skema penyaluran dana ZISWAF, bebas dari unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta komitmen perusahaan terhadap pemberdayaan spiritual karyawannya (Freeman dan Dmytriiev 2017).

2.3. Maqasid al-Shari'ah sebagai Landasan CSR

Maqasid al-Shari'ah atau tujuan-tujuan syariat merupakan instrumen penting untuk mengukur efektivitas program CSR dari perspektif Islam. Imam Al-Ghazali merumuskan lima perlindungan utama yang harus dijaga demi tercapainya kemaslahatan (*maslahah*), yaitu: perlindungan terhadap agama (*din*), jiwa (*nafs*), akal (*'aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*) (Terjemahan Ihya Ulumuddin Jilid 1 1963).

Implementasi CSR berbasis etika Islam harus mampu mencerminkan perlindungan tersebut. Sebagai contoh, program beasiswa pendidikan berkontribusi pada perlindungan akal, sementara pengelolaan limbah yang ketat merupakan bentuk perlindungan terhadap jiwa dan kelangsungan hidup keturunan di masa depan (Nanda Pratiwi, Setiyowati, dan Huda 2023; Nanda Pratiwi dkk. 2023). Dengan demikian, CSR bukan lagi sekadar aktivitas tambahan, melainkan sebuah kewajiban sistemik untuk memastikan bisnis tidak bertentangan dengan tujuan dasar penciptaan manusia (Dusuki dan Abdullah t.t.) Perusahaan yang mengadopsi etika Islam akan merasa diawasi oleh Tuhan (*muraqabah*). Sebagai studi kasus yang merepresentasikan implementasi *Maqasid al-Shari'ah* secara riil, kita dapat melihat program pengadaan fasilitas air bersih dan sanitasi di daerah pelosok tertinggal (Setiawan 2023). Secara teknis, program ini tidak hanya bersifat karitatif, melainkan menyentuh kelima aspek fundamental:

- Perlindungan Jiwa (*Hifz al-Nafs*): Menyelamatkan masyarakat dari penyakit menular akibat air kotor.
- Perlindungan Keturunan (*Hifz al-Nasl*): Memperbaiki gizi anak dan sanitasi keluarga demi generasi yang lebih sehat.
- Perlindungan Akal (*Hifz al-'Aql*): Efisiensi waktu (anak-anak tidak perlu berjalan jauh mencari air) yang dapat dialihkan untuk kegiatan pendidikan.
- Perlindungan Harta (*Hifz al-Mal*): Fasilitas yang dibangun dikelola oleh BUMDes atau koperasi lokal sehingga menggerakkan ekonomi desa.

- Perlindungan Agama (*Hifz al-Din*): Memastikan ketersediaan air suci dan menyucikan untuk keperluan bersuci (*thaharah*) sebelum beribadah."

3. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi kepustakaan (library research) dengan memanfaatkan data sekunder yang berasal dari buku ilmiah, jurnal nasional dan internasional, regulasi pemerintah, serta dokumen publikasi yang relevan mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) dan etika bisnis Islam. Model penelitian disusun secara konseptual untuk menggambarkan hubungan antara prinsip etika bisnis Islam, implementasi CSR, dan pencapaian Maqasid al-Shari'ah. Analisis data dilakukan menggunakan metode content analysis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna menghasilkan sintesis yang komprehensif mengenai implementasi CSR berbasis etika Islam.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil: Karakteristik CSR Berbasis Etika Bisnis Islam

Berdasarkan analisis terhadap berbagai literatur kontemporer, ditemukan bahwa implementasi CSR yang berlandaskan etika bisnis Islam memiliki karakteristik yang berbeda secara fundamental dengan pendekatan sekuler. Jika CSR konvensional sering kali didorong oleh tekanan eksternal atau motivasi ekonomi untuk menjaga reputasi (Gabrielsson 2023), CSR berbasis etika Islam didorong oleh motivasi internal yang bersifat spiritual. Karakteristik ini tercermin dalam penggunaan prinsip *Amanah* (integritas) dan *'Adl* (keadilan) sebagai motor penggerak kebijakan korporasi.

Hasil sintesis menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan etika Islam cenderung mentransformasi program CSR mereka dari sekadar aktivitas filantropi (pemberian bantuan langsung) menjadi program pemberdayaan ekonomi yang terstruktur (Nurjanah dan Mulazid 2018). Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa dana CSR tidak habis sekali pakai, melainkan menjadi modal sosial bagi masyarakat untuk mandiri. Perhatikan juga dimensi etika yang menjadi indikator keberhasilan program CSR sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

No	Pilar Etika Islam	Manifestasi dalam Program CSR
1	<i>Tawhid</i>	Keyakinan bahwa sumber daya adalah milik Allah, sehingga pengelolaannya harus transparan dan akuntabel.
2	<i>'Adl</i>	Distribusi bantuan atau program yang proporsional dan tidak diskriminatif bagi seluruh lapisan pemangku kepentingan.
3	<i>Ihsan</i>	Melakukan program CSR melebihi standar minimal regulasi dengan kualitas pelayanan yang profesional dan penuh kasih sayang.
4	<i>Amanah</i>	Keberanian perusahaan untuk mengakui dampak lingkungan dan bertanggung jawab secara jujur atas proses pemulihannya.

Tabel 1. Dimensi etika bisnis Islam dalam praktik CSR

4.2. Pembahasan: Dampak terhadap Kemaslahatan dan Pencegahan Greenwashing

Implementasi CSR yang mengakar pada nilai-nilai spiritual terbukti efektif dalam memitigasi praktik *greenwashing*. Dalam pandangan Islam, kejujuran adalah elemen mutlak dalam bermuamalah. Perusahaan yang mengadopsi etika Islam akan merasa diawasi oleh Tuhan (*muraqabah*) (*Terjemahan Ihya Ulumuddin Jilid 1 1963*), sehingga mereka enggan melakukan klaim palsu atas dampak lingkungan atau sosial demi sekadar memenangkan opini publik. Dengan demikian, CSR tidak lagi menjadi "kosmetik" korporasi, melainkan menjadi komitmen nyata untuk memperbaiki kualitas hidup manusia.

Dampak nyata dari CSR berbasis syariah ini dapat dievaluasi melalui pencapaian lima unsur Maqasid al-Shari'ah. Program pemberdayaan yang etis memberikan kontribusi pada perlindungan harta (*hifz al-mal*) melalui pembukaan lapangan kerja atau dukungan bagi UMKM lokal. Selain itu, tanggung jawab lingkungan yang ketat menjamin perlindungan jiwa (*hifz al-nafs*) dan keturunan (*hifz al-nasl*) dari ancaman polusi dan bencana ekologis. Alur pengaruh etika Islam terhadap kemaslahatan ini diilustrasikan secara sistematis pada Gambar 3.



Gambar 1. Alur pencapaian kemaslahatan melalui CSR berbasis etika Islam.

Lebih jauh lagi, pembahasan ini menegaskan bahwa kemaslahatan yang dihasilkan bukan hanya bersifat material, melainkan juga spiritual (*falah*). Masyarakat yang diberdayakan secara adil oleh korporasi akan memiliki rasa kepercayaan yang tinggi, yang pada gilirannya menciptakan stabilitas sosial di sekitar area operasional perusahaan. Stabilitas ini merupakan aset tak berwujud bagi perusahaan untuk menjamin keberlanjutan operasionalnya tanpa hambatan konflik sosial. Dengan demikian, integrasi etika Islam dalam CSR menciptakan siklus kebajikan di mana perusahaan memperoleh keberkahan, dan masyarakat mendapatkan kemaslahatan yang hakiki.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, penelitian ini menyimpulkan beberapa poin fundamental. Pertama, etika bisnis Islam bukan sekadar pelengkap administratif, melainkan fondasi spiritual yang menentukan otentisitas program CSR korporasi. Penggunaan prinsip Amanah, 'Adl, dan Ihsan mampu mengubah paradigma CSR dari sekadar kepatuhan hukum menjadi kewajiban moral yang bersifat transenden. Kedua, implementasi CSR yang berlandaskan nilai-nilai Islam terbukti efektif dalam memitigasi praktik manipulatif seperti greenwashing karena adanya kesadaran akan pengawasan Tuhan (muraqabah). Ketiga, integrasi etika Islam dalam kebijakan perusahaan secara nyata berkontribusi pada pencapaian kemaslahatan masyarakat melalui lensa Maqasid al-Shari'ah, yang mencakup perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya meraih legitimasi sosial, tetapi juga mencapai keberkahan (barakah) dan kemenangan hakiki (falah).

5.2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Perusahaan: Diharapkan untuk mulai menginternalisasi nilai-nilai etika Islam ke dalam standar operasional prosedur (SOP) divisi CSR. Perusahaan perlu melibatkan tokoh masyarakat dan pakar ekonomi syariah dalam tahap perencanaan agar program yang disusun benar-benar partisipatif dan sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat.
2. Bagi Pemerintah dan Regulator: Perlu dirumuskan standar pelaporan atau indeks CSR berbasis etika yang lebih terukur, sehingga perusahaan memiliki panduan yang jelas dalam melaporkan kontribusi sosialnya yang selaras dengan nilai-nilai lokal dan spiritual masyarakat Indonesia.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Dikarenakan kajian ini masih bersifat teoretis-deskriptif, disarankan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan studi lapangan secara kuantitatif guna mengukur pengaruh langsung persepsi etika masyarakat terhadap loyalitas konsumen pada industri tertentu.

6. Daftar Pustaka

- Abd Aziz, Hartinie, Zuhairah Ariff Abd Ghadas, dan Assane Buana Ossofo. 2023. "Corporate Social Responsibility under the Maqasid Syariah Concept in Malaysia: Why Does It Matter?" *Jurnal Media Hukum* 30(1):53–65. doi:10.18196/jmh.v30i1.16916.
- Al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad. 1963. *Terjemahan Ihya Uhumuddin Jilid 1 1963*. Diterjemahkan oleh Tengku Haji Ismail Yakub. Medan: Percetakan Imballo.
- Carroll, Archie B. 2016. "Carroll's Pyramid of CSR: Taking Another Look." *International Journal of Corporate Social Responsibility* 1(1):3. doi:10.1186/s40991-016-0004-6.
- Dusuki, Asyraf Wajdi, dan Nurdianawati Irwani Abdullah. t.t. "BOOK REVIEW FUNDAMENTALS

- Freeman, R. Edward, dan Sergiy Dmytriiev. 2017. “Corporate Social Responsibility and Stakeholder Theory: Learning From Each Other.” *Symphonya. Emerging Issues in Management* (1):7–15. doi:10.4468/2017.1.02freeman.dmytriiev.
- Gabrielsson, Mahamat. 2023. “Corporate Social Responsibility in International Business: Impact and Implementation.”
- Jamali, Dima, dan Charlotte Karam. 2018. “Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study.” *International Journal of Management Reviews* 20(1):32–61. doi:10.1111/ijmr.12112.
- Maliha, Nur, Nining Latianingsih, dan Azwar Azwar. 2022. “IMPLEMENTASI PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) YAYASAN KOMATSU INDONESIA PEDULI DALAM MEWUJUDKAN CITRA POSITIF PERUSAHAAN PT KOMATSU INDONESIA.” *Jurnal Administrasi Profesional* 1(01):22–29. doi:10.32722/jap.v1i01.5076.
- Nanda Pratiwi, Danisa, Arin Setiyowati, dan Fatkur Huda. 2023. “Quality of Corporate Social Responsibility (CSR) Services at Bank Syariah Indonesia (BSI) in 2021 in the Perspective of Islamic Social Reporting (ISR) Index and Maqashid Syariah Index (MSI).” *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 7(2):198–217. doi:10.21070/perisai.v7i2.1643.
- Nurjanah, Risna, dan Ade Sofyan Mulazid. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan.” *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 9(1):40. doi:10.18326/muqtasid.v9i1.40-53.
- Platonova, Elena, Mehmet Asutay, Rob Dixon, dan Sabri Mohammad. 2018. “The Impact of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance: Evidence from the GCC Islamic Banking Sector.” *Journal of Business Ethics* 151(2):451–71. doi:10.1007/s10551-016-3229-0.
- Schwartz, Mark S., dan Archie B. Carroll. 2008. “Integrating and Unifying Competing and Complementary Frameworks: The Search for a Common Core in the Business and Society Field.” *Business & Society* 47(2):148–86. doi:10.1177/0007650306297942.
- Setiawan, Iwan. 2023. “The Significance of Corporate Social Responsibility in Sustainable Development: An Analysis from an Islamic Law Perspective.” *Journal of Law and Sustainable Development* 11(9):e1206. doi:10.55908/sdgs.v11i9.1206.
- Wahyudi, Tri, Nur Sabrina, Camka Ayu Pratiwi, dan Erlina Sari Pohan. 2023. “Sustainable Sharia Company Ecosystem: Independent Commissioner and Audit Committee on Islamic Social Reporting.” *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship* 117–32. doi:10.20885/RISFE.vol2.iss2.art2.