

Analisis Perbandingan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat dalam Perspektif Manajemen Keuangan Syariah

Ghiska Azzahrani *¹
Laisla Bilqis ²
Yanti Mulyanti ³
Joni Ahmad Mughni ⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Indonesia
*e-mail: ghiska.azahrani@gmail.com¹, laislabilqis552@gmail.com², yantimulyanti0311@gmail.com³,
joni@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini membahas perbandingan antara Corporate Social Responsibility (CSR) dan zakat dalam perspektif manajemen keuangan syariah, dengan fokus pada landasan hukum, dampak, serta implementasi keduanya. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007. Sementara itu, zakat memiliki dasar hukum yang kuat dalam Al-Qur'an dan hadis serta didukung oleh Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011. Secara dampak, baik CSR maupun zakat berkontribusi dalam aspek ekonomi, sosial, dan spiritual masyarakat. CSR mendorong pembangunan berkelanjutan, sedangkan zakat memainkan peran penting dalam redistribusi kekayaan dan pengentasan kemiskinan. Dari segi implementasi, CSR membutuhkan strategi terstruktur berbasis kebutuhan lokal, sedangkan zakat harus dikelola secara akuntabel melalui lembaga resmi seperti BAZNAS dan LAZ. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kedua instrumen tersebut memiliki potensi besar dalam menciptakan keadilan sosial dan ekonomi, serta perlu dikelola secara integratif dalam kerangka keuangan syariah.

Kata kunci: CSR, zakat, keuangan syariah, dampak sosial, manajemen keuangan, implementasi

Abstract

This study discusses the comparison between Corporate Social Responsibility (CSR) and zakat in the perspective of Islamic financial management, focusing on the legal foundations, impacts, and implementation of both. CSR is a form of corporate responsibility towards society and the environment regulated by Indonesian laws, such as Law No. 40 of 2007 and Law No. 25 of 2007. Meanwhile, zakat has a strong legal foundation based on the Qur'an and Hadith, as well as Law No. 23 of 2011. In terms of impact, both CSR and zakat contribute to the economic, social, and spiritual aspects of society. CSR promotes sustainable development, while zakat plays a crucial role in wealth redistribution and poverty alleviation. In terms of implementation, CSR requires a structured strategy based on local needs, while zakat must be managed accountably through official institutions like BAZNAS and LAZ. This study concludes that both instruments have significant potential in creating social and economic justice and should be managed integratively within the framework of Islamic finance.

Keywords: CSR, zakat, Islamic finance, social impact, financial management, implementation

PENDAHULUAN

Zakat dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sangat penting pada bisnis modern, terutama di perusahaan syariah, sebab merupakan bentuk tanggung jawab sosial dan kepatuhan terhadap prinsip Islam. CSR membantu bisnis mencapai pembangunan sosial yg berkelanjutan dan meningkatkan korelasi serta gambaran mereka dengan pemangku kepentingan. Zakat, pada sisi lain, artinya kewajiban agama yg mengatur pembagian kekayaan secara teratur kepada pihak-pihak yang berhak, menjadikannya alat yg bermanfaat untuk mengurangi kesenjangan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Studi empiris menunjukkan bahwa zakat tidak hanya adalah kewajiban spiritual tetapi juga merupakan bagian penting dari strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan dewan pengawas syariah dan pelaporan zakat sangat memengaruhi kinerja bisnis syariah (Siregar et al., 2025).

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar mengalami kemajuan pesat dalam praktik CSR dan pengelolaan zakat, terutama di sektor perbankan syariah dan perusahaan berbasis syariah. Bank-bank syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI) secara konsisten menyalurkan zakat perusahaan dan karyawan melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dengan jumlah yang meningkat setiap tahun, mencapai Rp268 miliar pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan komitmen yang kuat untuk mengintegrasikan zakat dalam program tanggung jawab sosial perusahaan serta memperluas manfaat bagi masyarakat luas. Selain itu, pengelolaan CSR di perusahaan syariah juga semakin terstruktur dan terstandarisasi, dengan fokus pada aspek sosial, lingkungan, dan tata kelola yang sesuai prinsip syariah (Apriani et al., 2024).

Kurangnya penelitian yang membandingkan CSR dan Zakat dari perspektif manajemen keuangan syariah menunjukkan kurangnya literatur yang secara komprehensif mengkaji hubungan, perbedaan, dan kontribusi keduanya dalam manajemen keuangan berbasis nilai-nilai Islam. Baik CSR maupun Zakat merupakan alat penting dalam praktik tanggung jawab sosial dan distribusi kekayaan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Namun, keduanya memiliki karakteristik, mekanisme, dan implikasi yang berbeda dalam konteks ekonomi Islam. Karena kurangnya penelitian yang menyeluruh, para akademisi dan praktisi kesulitan memahami potensi kerja sama dan konflik antara kedua belah pihak, serta pendekatan yang dapat mereka gunakan untuk menyelesaikan masalah sosial dan keadilan dalam sistem keuangan syariah. Oleh karena itu, penelitian yang lebih mendalam dan mendalam diperlukan untuk memberikan pedoman yang lebih baik kepada regulator, institusi akademis, dan pelaku usaha dalam mengintegrasikan prinsip sosial dan ekonomi berdasarkan kerangka kerja pengelolaan keuangan syariah (Ibrahim, 2021).

Dengan demikian, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan persamaan dan perbedaan dari segi landasan filosofis, landasan hukum, tujuan, dampak sosial-ekonomi, dan implementasi dalam dunia perusahaan modern, baik perusahaan konvensional maupun syariah. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai karakteristik dan potensi integrasi kedua konsep tersebut dalam konteks pengembangan praktik bisnis yang berkelanjutan dan berbasis nilai-nilai keadilan sosial, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan kerangka kebijakan dan strategi perusahaan yang lebih sesuai dengan prinsip-prinsip keadilan sosial dalam kerangka manajemen keuangan modern.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif deskriptif dengan menganalisis perbandingan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Zakat dalam perspektif manajemen keuangan Islam. Dalam mendukung analisis dan interpretasi dari hasil penelitian ini, metode tersebut dipilih karena bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut tentang berbagai aspek yang terkait dengan kedua konsep tersebut, serta untuk memahami bagaimana keduanya berkontribusi terhadap manajemen keuangan yang didasarkan pada prinsip syariah. Selain itu, penelitian ini dilakukan melalui penelitian yang melibatkan berbagai sumber literatur yang relevan.

Dengan sumber rujukan utama yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berasal dari sumber-sumber yang kredibel dan relevan, seperti buku-buku ilmiah yang membahas manajemen keuangan Islam, artikel-artikel jurnal, dan sumber-sumber keagamaan seperti ayat Al-Quran dan Hadits, Undang-undang atau dokumen hukum seperti peraturan dan regulasi yang berkaitan dengan CSR dan Zakat, serta untuk mendapatkan pemahaman mengenai implementasi konsep CSR dan zakat dalam praktik operasional bisnis modern, penelitian ini juga merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

Selain itu sebagai bagian dari analisis, peneliti merangkum beberapa studi kasus yang diambil dari beberapa jurnal ilmiah sebagai contoh implementasi bagaimana CSR dan zakat dalam sebuah operasional sebuah perusahaan modern dapat dilaksanakan. Studi kasus ini memberikan contoh-contoh spesifik tentang bagaimana perusahaan-perusahaan mengimplementasikan program CSR dan zakat secara terkoordinasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, serta

tantangan dan keberhasilan dalam melakukan hal tersebut. Diharapkan kombinasi analisis literatur dan studi kasus ini dapat memberikan wawasan yang komprehensif dan humanis mengenai penerapan konsep-konsep ini dalam dunia bisnis, serta berkontribusi pada pengembangan manajemen keuangan syariah yang kaya dan kompleks.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kajian pustaka (*library research*), meliputi beberapa tahapan berikut.

1. Mengidentifikasi literatur: dengan mengumpulkan beberapa literatur yang relevan dengan topik.
2. Evaluasi dan seleksi literatur: Pertama, literatur yang akan digunakan sebagai rujukan harus dievaluasi, dan kemudian literatur harus dipilih berdasarkan kredibilitas dan relevansinya untuk penelitian.
3. Pengelompokan informasi dari berbagai literatur: hal ini disusun menyesuaikan dengan tema atau kategori tertentu yang berfokus pada penelitian.
4. Analisis: kesimpulan dan interpretasi ditarik dengan menganalisis data deskriptif-kualitatif sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat

Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah proses pengambilan keputusan perusahaan yang didasarkan pada prinsip-prinsip etika, kepatuhan terhadap hukum, serta penghargaan terhadap manusia, komunitas, dan lingkungan sekitar. Elemen-elemen dalam CSR mencakup tata kelola perusahaan (*corporate governance*), kepedulian terhadap lingkungan hidup, kondisi dan standar kerja bagi karyawan, hubungan perusahaan dengan masyarakat, serta investasi sosial yang dilakukan perusahaan. Menurut ER Ernawan (2014:3), secara ringkas CSR dapat dipahami sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan di sekitarnya, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun ekologi, melalui pelaksanaan berbagai program dan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasional perusahaan.

Sementara itu, menurut definisi yang dikemukakan oleh Lord Holme dan Richard Watt (dalam Hadi, 2011:44, dikutip oleh F. Novirianto, 2017:53), CSR merupakan komitmen jangka panjang perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya secara etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, demi peningkatan kualitas hidup karyawan, keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara umum. Oleh karena itu, CSR erat kaitannya dengan keberlanjutan pembangunan yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup masyarakat (Kurnia et al., 2019).

Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) mengandung pengertian bahwa suatu organisasi tidak lagi hanya berorientasi pada kepentingan internal semata, sehingga tidak terisolasi dari komunitas di sekitarnya. Sebaliknya, organisasi dituntut menjadi bagian dari lingkungan sosial dengan melakukan penyesuaian terhadap budaya setempat. CSR membuka peluang bagi perusahaan untuk terlibat secara aktif dalam aspek sosial dan menunjukkan kepedulian terhadap berbagai dampak sosial yang ditimbulkan. CSR juga diartikan sebagai bentuk komitmen jangka panjang dari perusahaan atau organisasi untuk bertindak secara etis, mematuhi hukum, serta ikut berperan dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi, tidak hanya bagi karyawan dan keluarganya, tetapi juga untuk masyarakat dan komunitas lokal secara luas.

Menurut ISO 26000, CSR diartikan sebagai tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitas yang dilakukan terhadap masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab ini diwujudkan melalui perilaku yang transparan dan etis, sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan, memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, serta mematuhi hukum dan norma internasional yang berlaku. CSR harus melekat pada seluruh aktivitas organisasi, termasuk produk, jasa, dan operasionalnya.

Bowen, sebagaimana dikutip dalam buku Mardikanto (2014:86), menyatakan bahwa CSR adalah tanggung jawab pelaku usaha untuk menetapkan kebijakan dan keputusan atau mengikuti tindakan tertentu yang mencerminkan nilai-nilai dan tujuan sosial. Artinya, keputusan dan tindakan bisnis tidak semata-mata didasarkan pada keuntungan ekonomi atau teknis, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan masyarakat.

Hingga kini, belum ada definisi CSR yang diterima secara universal karena interpretasinya dapat berbeda tergantung pada negara atau wilayah. Namun secara umum, CSR mencakup hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan, yang mencerminkan kepatuhan terhadap hukum, penghormatan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen perusahaan untuk turut serta dalam pembangunan yang berkelanjutan. CSR bukan sekadar kegiatan amal perusahaan dan tidak hanya terbatas pada kewajiban hukum (Setiadarma et al., 2021).

Pengertian Zakat

Secara etimologis, menurut penjelasan dalam kitab *Mu'jam Wasit* yang dikutip oleh Dr. Yusuf Qardawi, kata "zakat" berasal dari akar kata yang mengandung makna keberkahan, pertumbuhan, kebersihan, dan kebaikan. Istilah "zaka" menunjukkan sesuatu yang berkembang atau bertambah, dan seseorang yang disebut "zaka" berarti orang tersebut dianggap baik. Menurut Sulaiman Rasjid, secara terminologis zakat adalah sejumlah harta tertentu yang harus diberikan kepada pihak yang berhak menerimanya, dengan memenuhi syarat-syarat tertentu. Setiap muslim yang telah memenuhi kriteria wajib zakat, diwajibkan untuk menunaikannya dan menyerahkannya kepada mustahiq (Ali Ridlo et al., 2014).

Zakat merupakan bagian dari harta yang wajib dikeluarkan oleh setiap muslim yang telah memenuhi ketentuan tertentu, dan diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya sesuai syarat-syarat yang telah ditetapkan. Secara linguistik, kata "zakat" berasal dari akar kata "zaka" yang mengandung arti berkah, pertumbuhan, kesucian, kebersihan, dan kebaikan. Oleh karena itu, segala sesuatu yang mengalami pertumbuhan dianggap wajib untuk dizakati. Zakat terbagi menjadi dua jenis: pertama, zakat mal, yaitu zakat atas harta kekayaan seseorang (termasuk badan hukum) yang telah mencapai batas minimum (nishab) dan telah dimiliki selama satu tahun (haul), yang harus diberikan kepada kelompok tertentu dengan jumlah yang telah ditentukan. Kedua, zakat fitrah, yaitu zakat yang wajib dibayarkan oleh setiap muslim yang memiliki kelebihan kebutuhan pokok untuk keluarganya pada malam dan hari raya Idul Fitri. Zakat fitrah ini biasanya diberikan dalam bentuk bahan makanan pokok, sebanyak 2,5 kg atau 3,5 liter (Sundari et al., 2018).

Zakat dalam al-Qur'an memiliki banyak arti. Mengutip pendapat Hasbi Ash Shiddieqy, antara lain adalah:

Pertama, Zakat yang berarti Zakat.

Allah swt. berfirman:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: "Dan dirikanlah sholat, tunaikanlah zakat dan rukuklah beserta orang-orang yang rukuk"

Kedua, Zakat yang berarti Shadaqah. Mawardi mengatakan, "sedekah itu adalah zakat dan zakat itu adalah sedekah; berbeda nama tetapi arti sama."

Allah swt. Berfirman:

أَلَمْ يَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ هُوَ يَقْبَلُ التَّوْبَةَ عَنْ عِبَادِهِ، وَيَأْخُذُ الصَّدَقَاتِ وَأَنَّ اللَّهَ هُوَ النَّوَّابُ الرَّحِيمُ

Artinya: Tidaklah mereka mengetahui, bahwasanya Allah menerima Taubat dari hamba- hamba- Nya dan menerima zakat dan bahwasanya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang” (Ali Ridlo, 2014).

Tujuan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat

Tujuan Corporate Social Responsibility

Menurut Aksari (2013), terdapat lima tujuan utama dalam pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR), yaitu: (1) mengurangi potensi terjadinya risiko sosial, (2) membangun hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat sekitar, (3) turut serta dalam memperbaiki kondisi sosial masyarakat melalui keterlibatan langsung perusahaan, (4) memperluas peluang bisnis sekaligus menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat dan mitra usaha, serta (5) meningkatkan ekspektasi publik agar perusahaan mampu mencapai tujuan sosial dan ekonomi secara seimbang.

Dalam praktiknya, CSR diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat serta mendorong perubahan sosial yang konstruktif. Implementasi CSR juga bertujuan menciptakan sinergi antara pertumbuhan ekonomi, kondisi sosial, dan kepentingan masyarakat. Untuk mencapai hal ini, pelaksanaan CSR harus mengacu pada tiga prinsip dasar yang dikenal sebagai *triple bottom line*, yaitu: (1) *Profit*, yaitu fokus perusahaan untuk tetap memperoleh keuntungan finansial guna menjamin keberlanjutan usaha, (2) *People*, yakni kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat baik di dalam maupun di luar lingkungan perusahaan, dan (3) *Planet*, yaitu tanggung jawab perusahaan terhadap kelestarian lingkungan di sekitarnya (Octaviani et al., 2022).

Menurut Sembiring (2005), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam tujuh kategori, yaitu:

1. Lingkungan – Mencakup aspek-aspek yang berkaitan dengan dampak lingkungan dari proses produksi perusahaan, seperti pengendalian polusi, upaya pencegahan serta perbaikan kerusakan lingkungan akibat eksploitasi sumber daya alam, dan kegiatan lain yang mendukung pelestarian lingkungan.
2. Energi – Melibatkan kegiatan perusahaan dalam penggunaan energi secara efisien, termasuk pemanfaatan barang bekas sebagai sumber energi, peningkatan efisiensi energi produk, serta inisiatif terkait energi lainnya.
3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja – Berkaitan dengan upaya perusahaan dalam menjamin keselamatan serta kesehatan fisik dan mental karyawan. Ini termasuk kampanye keselamatan kerja, pelaporan data kecelakaan kerja, pembentukan komite keselamatan, dan kegiatan terkait lainnya.
4. Aspek Tenaga Kerja Lainnya – Menyoroti dampak kebijakan dan aktivitas perusahaan terhadap karyawan secara umum, seperti proses rekrutmen, program pelatihan, pemberian gaji dan tunjangan, serta aspek ketenagakerjaan lainnya.
5. Produk – Menyentuh pada kualitas produk atau jasa, termasuk daya tahan, kepuasan konsumen, kejujuran dalam promosi, serta informasi yang lengkap dan jelas dalam kemasan produk.
6. Keterlibatan Sosial – Meliputi partisipasi perusahaan dalam kegiatan sosial, misalnya di bidang kesehatan, pendidikan, seni, serta kontribusi lainnya terhadap masyarakat.
7. Kategori Umum – Merupakan pengungkapan informasi mengenai komitmen dan tanggung jawab sosial perusahaan secara menyeluruh yang tidak tercakup dalam enam kategori sebelumnya (Mustafa & Handayani, 2014).

Tujuan Zakat

Muhammad Daud Ali menjelaskan bahwa zakat memiliki sembilan tujuan utama. Pertama, zakat bertujuan meningkatkan kesejahteraan fakir miskin. Kedua, membantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh gharimin, Ibnu Sabil, dan kelompok mustahiq lainnya. Ketiga, mempererat ikatan persaudaraan di antara sesama umat Islam serta seluruh umat manusia. Keempat, menumbuhkan sikap dermawan dan mengikis sifat serakah terhadap harta. Kelima,

menghapuskan rasa iri dan dengki dalam hati orang miskin. Berdasarkan uraian ini, zakat merupakan aspek fundamental dalam sistem ekonomi Islam. Dari sudut pandang mikroekonomi Islam, zakat dipandang sebagai elemen dalam produktivitas aset ekonomi, karena berfungsi untuk mengatasi ketimpangan, kemiskinan, dan menciptakan keadilan ekonomi di kalangan masyarakat menengah ke bawah. Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang melarang praktik riba dan monopoli serta menganjurkan keseimbangan ekonomi memiliki hubungan erat dengan sektor riil, terutama dalam mendukung pemulihan ekonomi masyarakat kecil melalui sistem usaha berbasis bagi hasil (tanpa bunga).

Dalam teori konsumsi ekonomi Islam, pendapatan yang telah mencapai batas minimal (nishab) tidak hanya digunakan untuk konsumsi pribadi, melainkan juga dialokasikan untuk zakat, infaq, dan sedekah. Teori ini bisa dirumuskan dalam persamaan: $C + Z = a + bY$, yang menunjukkan bahwa sebagian pendapatan harus diarahkan pada kepentingan sosial keagamaan. Perintah zakat yang disampaikan Nabi Muhammad SAW atas perintah Allah SWT berperan sebagai kebijakan fiskal yang efektif dalam menanggulangi kemiskinan dan ketimpangan sosial. Dengan mendistribusikan sebagian kekayaan dari orang yang mampu (muzakki) kepada yang membutuhkan (mustahiq), tingkat kemiskinan dapat ditekan. Selain itu, kebijakan ini mencegah penimbunan harta, yang jika dibiarkan dapat menyebabkan inflasi akibat konsentrasi permintaan pada segelintir orang dan ketidakseimbangan antara jumlah uang beredar dan kebutuhan pasar.

Sebagaimana diungkapkan oleh Mannan, zakat mencakup tiga dimensi utama: moral, sosial, dan ekonomi. Secara moral, zakat menekan sifat serakah di kalangan orang kaya. Secara sosial, zakat berfungsi sebagai sarana untuk menghapus kemiskinan dan meningkatkan kesadaran sosial orang berada. Dalam aspek ekonomi, zakat mencegah penumpukan kekayaan yang berpotensi merusak bila tidak segera didistribusikan secara merata (M. Hanafi Zuardi, 2013).

Landasan Hukum Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat

Dasar Hukum Corporate Social Responsibility (CSR)

Akhlah yang mulia adalah kunci untuk membangun ukhuwah Islamiyah yang baik dalam ekonomi. Dengan ukhuwah Islamiyah, keadilan sosial dapat terwujud, menghapuskan perbedaan seperti warna kulit, ras, bahasa, dan status sosial. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an (Q.S Al-Hujurat, 49:10):


 إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

"Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu bersaudara. Oleh karena itu, damaikanlah antara kedua saudaramu, dan takutlah kepada Allah, agar kamu mendapat rahmat." (Q.S Al-Hujurat ayat 10)

Selain itu, dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 1 angka 3 menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan adalah komitmen untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat bagi perusahaan dan masyarakat.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 juga menekankan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah kewajiban setiap perusahaan penanam modal untuk menciptakan hubungan yang harmonis dan seimbang dengan lingkungan serta nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Lestari, 2021).

Dasar Hukum Zakat

Kewajiban zakat dijelaskan dalam beberapa ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi Muhammad SAW. Salah satunya terdapat dalam (Q.S At-Tawbah 9:103):

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

"Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka, serta berdoa untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu akan membawa ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui." (Q.S At-Tawbah ayat 103)

Nabi Muhammad SAW bersabda:

قَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: حَصِّنُوا أَمْوَالَكُمْ بِالزَّكَاةِ وَدَاوُوا مَرْضَاكُمْ بِالصَّدَقَةِ
وَأَعِدُّوا لِلْبَلَاءِ الدُّعَاءَ

"Jagalah harta kalian dengan zakat, obatilah orang-orang yang sakit di antara kalian dengan sedekah, dan hadapilah musibah dengan doa." Hadis ini diriwayatkan oleh Imam Ath-Thabarani, Imam Abu Nuaim, dan Imam Al-Khathib dari sahabat Ibnu Mas'ud R.A.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat tidak hanya mengatur kewajiban zakat, tetapi juga menciptakan kerangka kerja yang memadai untuk pengelolaan zakat sesuai prinsip syariah, yang sangat penting dalam manajemen keuangan syariah. Dalam konteks ini, zakat dianggap sebagai instrumen yang esensial dalam redistribusi kekayaan serta mengurangi ketimpangan ekonomi, yang sejalan dengan prinsip keadilan dalam ekonomi syariah. Selanjutnya, Peraturan Pemerintah Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 mengatur teknis pelaksanaan zakat, termasuk pengumpulan dan distribusinya yang harus dilakukan melalui lembaga yang diakui negara, seperti Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Hal ini mendukung integrasi zakat ke dalam manajemen keuangan syariah, di mana zakat berfungsi sebagai alat untuk membersihkan dan menyucikan harta (tazkiyah al-mal) (Untari et al., 2023).

Dampak Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat

Dampak Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat dan perusahaan, tetapi juga memiliki berbagai dampak yang kompleks, baik positif maupun negatif, dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dampak ini dapat dirasakan oleh berbagai pihak yang terlibat, termasuk komunitas lokal, pemerintah, karyawan, konsumen, hingga lingkungan alam itu sendiri.

Dalam dimensi ekonomi, CSR memiliki dampak langsung terhadap struktur pengeluaran perusahaan. Investasi pada program CSR, seperti pelatihan masyarakat, bantuan pendidikan, atau pembangunan infrastruktur sosial, dapat meningkatkan beban biaya operasional jangka pendek. Hal ini berpotensi menurunkan margin keuntungan, terutama jika tidak disertai strategi pengelolaan yang tepat. Di sisi lain, CSR juga dapat menciptakan efek domino yang memengaruhi dinamika pasar lokal. Misalnya, ketika perusahaan besar aktif mendukung UMKM, maka bisa terjadi ketergantungan ekonomi terhadap satu pihak, yang dalam jangka panjang dapat mengurangi kemandirian ekonomi lokal. CSR juga bisa menciptakan distorsi kompetisi jika hanya perusahaan besar yang mampu menjalankannya, sehingga memperbesar kesenjangan antar pelaku usaha.

Secara sosial, dampak CSR sangat bergantung pada cara pelaksanaannya. Jika dijalankan secara inklusif dan partisipatif, CSR dapat memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat, meningkatkan kepercayaan publik, serta mengurangi konflik sosial. Namun, jika dilakukan secara simbolis (sekadar pencitraan) atau tanpa melibatkan masyarakat secara langsung, CSR justru dapat menimbulkan ketidakpuasan, kecurigaan, bahkan resistensi dari warga sekitar. Beberapa program CSR yang tidak tepat sasaran juga dapat menciptakan ketimpangan sosial baru misalnya, ketika hanya kelompok tertentu yang memperoleh akses terhadap bantuan, sementara yang lain terpinggirkan. CSR juga dapat berdampak pada budaya kerja internal perusahaan, di mana adanya tekanan untuk memenuhi target CSR bisa membebani karyawan atau menimbulkan konflik kepentingan antar departemen.

Dari perspektif lingkungan, CSR memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan positif, seperti pengurangan emisi, konservasi alam, dan pengelolaan limbah yang lebih bertanggung jawab. Namun, dampaknya bisa bersifat ambigu jika tidak diawasi dengan ketat. Beberapa perusahaan menggunakan CSR lingkungan sebagai strategi greenwashing, yaitu menyampaikan citra ramah lingkungan secara berlebihan tanpa perubahan signifikan dalam praktik inti bisnis mereka. Hal ini tidak hanya menyesatkan publik, tetapi juga menghambat upaya nyata dalam pelestarian lingkungan. Selain itu, inisiatif lingkungan yang tidak disesuaikan dengan konteks lokal dapat mengganggu ekosistem atau kebiasaan masyarakat setempat, seperti reboisasi yang menggunakan tanaman invasif atau tidak sesuai dengan kebutuhan agrikultur lokal (Mutlari et al., n.d.).

Dampak Zakat

Zakat memiliki dampak yang sangat besar dan luas terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial, spiritual, maupun kelembagaan. Dari sisi ekonomi, zakat mampu meningkatkan daya beli masyarakat, khususnya para mustahiq, karena dana yang mereka terima digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Peningkatan konsumsi ini mendorong pertumbuhan ekonomi secara agregat. Selain itu, zakat juga memberikan insentif kepada para muzakki untuk tidak menimbun harta kekayaannya, melainkan menginvestasikannya dalam sektor-sektor produktif. Hal ini terjadi karena harta yang mengendap akan terkena kewajiban zakat, sementara harta yang diputar dalam kegiatan ekonomi bisa terus berkembang. Di samping itu, zakat juga berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja. Melalui distribusi produktif, zakat dapat diwujudkan dalam bentuk alat usaha atau modal kerja yang membantu mustahiq menjadi pelaku usaha kecil, sehingga membuka peluang kerja dan mengurangi tingkat pengangguran.

Secara sosial, zakat memberikan kontribusi nyata dalam mengurangi kesenjangan sosial dan kemiskinan. Dengan disalurkan kepada delapan golongan yang berhak, terutama fakir dan miskin, zakat dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka dan meningkatkan taraf hidup. Zakat juga memperlambat hubungan sosial antara muzakki dan mustahiq karena menciptakan kepedulian, empati, serta rasa tanggung jawab sosial. Dalam masyarakat yang memiliki kesenjangan tinggi, zakat menjadi mekanisme distribusi kekayaan yang adil dan berkelanjutan, menciptakan kestabilan sosial, dan mengurangi potensi konflik. Zakat bukanlah bantuan biasa, melainkan hak mustahiq yang wajib disalurkan, sehingga menjadikannya sebagai jembatan keadilan dalam sistem sosial Islam.

Dari sisi spiritual, zakat merupakan ibadah yang menyucikan harta dan jiwa. Dengan membayar zakat, muzakki membersihkan hartanya dari hak orang lain dan menguatkan keimanan serta ketakwaannya kepada Allah SWT. Zakat juga menumbuhkan rasa syukur dan rendah hati, karena menyadari bahwa sebagian harta yang dimiliki adalah titipan yang harus disalurkan kepada yang membutuhkan. Zakat mengajarkan keikhlasan, tanggung jawab, dan kepedulian yang mendalam terhadap sesama.

Sementara itu, dari sisi kelembagaan, zakat mendorong terbentuknya institusi-institusi zakat yang profesional dan akuntabel seperti BAZNAS dan LAZ. Lembaga-lembaga ini dituntut untuk mengelola dana zakat secara efisien, transparan, dan berbasis teknologi informasi agar dapat menjangkau lebih banyak muzakki dan mustahiq. Dengan pengelolaan yang baik, lembaga zakat dapat menjadi mitra strategis pemerintah dalam pengentasan kemiskinan dan pembangunan kesejahteraan masyarakat. Kepercayaan publik terhadap lembaga zakat dapat meningkat jika didukung oleh sistem pelaporan keuangan yang transparan, pengawasan oleh akuntan publik, serta program kerja yang terukur dan berorientasi pada pemberdayaan. Maka, zakat bukan hanya kewajiban individu Muslim, tetapi juga instrumen penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat secara luas (Fauziah et al., 2021).

Implementasi dan pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Zakat

Implementasi dan pengelolaan CSR

Implementasi CSR harus diimplementasikan secara optimal, bersama dengan tujuan utama, untuk meningkatkan kinerja sosial perusahaan di pemerintah daerah, tergantung pada kebutuhan seluruh masyarakat. Ini diharapkan untuk mendorong bisnis untuk sepenuhnya menyalahkan dampak sosial mereka dan dapat memberikan kontribusi nyata untuk memenuhi kebutuhan dasar komunitas mereka. Implementasi CSR yang efektif harus menghasilkan manfaat yang berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Namun, masalah sering muncul, seperti perselisihan antara pemerintah daerah dan perusahaan. Implementasi CSR yang tidak berjalan dengan baik merupakan salah satu penyebabnya. Salah satu faktor utama yang menyebabkan hubungan menjadi lebih buruk dan menghambat penciptaan manfaat sosial yang diantisipasi adalah ketidakefektifan dalam melaksanakan CSR (Irawan et al., 2023).

Ruang lingkup implementasi CSR mencakup berbagai sektor penting seperti pendidikan, kesehatan, sosial-budaya, perlindungan lingkungan, struktur kapasitas masyarakat, dan pembangunan ekonomi (Ningtyas et al., 2022). Beberapa pendekatan yang umum diterapkan antara lain model *community development*, model kemitraan, dan model filantropi. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar dan karakteristik industri, perusahaan konvensional di Indonesia dapat menerapkan CSR melalui berbagai sektor program (Kholis, 2020).

Pengelolaan Program CSR menurut (Gustiawan, 2024) meliputi:

1. Strategi Pengelolaan CSR yang Efektif: Strategi pengelolaan CSR yang efektif mencakup perencanaan yang matang, implementasi yang terarah, pengawasan teratur, dan evaluasi yang terukur. Perusahaan harus menemukan masalah sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan bisnis mereka dan melibatkan stakeholder saat membuat keputusan tentang program CSR.
2. Merencanakan dan mengevaluasi program CSR: Perusahaan besar biasanya merencanakan program CSR mereka dengan memeriksa kebutuhan masyarakat dan dampak potensial. Langkah pertama dalam perencanaan yang sukses adalah tugas sosial, juga dikenal sebagai pemetaan sosial, yang dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik, kebutuhan, dan masalah masyarakat di bidang bisnis. Mengevaluasi dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari program CSR dan menilai keberlanjutan perangkat lunak setelah perusahaan berhenti beroperasi.
3. Program Memenuhi Kebutuhan Masyarakat: Kesesuaian program dengan kebutuhan dan karakteristik masyarakat setempat adalah komponen penting dari keberhasilan program CSR. Dengan mempertimbangkan potensi dan masalah yang ada di wilayah, program CSR lebih mungkin diterima oleh masyarakat dan memiliki dampak positif jangka panjang.

Pengelolaan program CSR di PT. KAI (persero)

PT. Angkasa Pura I Makassar menerapkan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) melalui pendekatan berbasis pemberdayaan ekonomi masyarakat. Implementasi program ini dimulai dari tahapan perencanaan yang mencakup analisis kebutuhan masyarakat sekitar, kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan program yang sesuai dengan hasil identifikasi tersebut, dan diakhiri dengan tahap evaluasi serta pelaporan. Perusahaan menyalurkan dana CSR dalam bentuk bantuan permodalan kepada masyarakat yang disebut mitra binaan. Dana ini digunakan untuk mendukung usaha kecil dan menengah (UKM), sekaligus mendorong kemandirian ekonomi tanpa ketergantungan pada bantuan terus-menerus (Setiyawati et al., 2023).

CSR yang diberikan tidak hanya berupa dana, tetapi juga didukung dengan pelatihan kewirausahaan dan fasilitas promosi usaha seperti pameran, guna memperkuat kapasitas bisnis para mitra binaan. Proses pengajuan bantuan pun tergolong mudah dan transparan, disertai pengawasan berkala untuk memastikan penggunaan dana sesuai tujuan. Dengan pendekatan ini, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajibannya, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan kesejahteraan dan produktivitas masyarakat sekitar bandara secara berkelanjutan (Setiyawati et al., 2023).

Implementasi dan pengelolaan Zakat

Implementasi Zakat dalam perusahaan syariah di Indonesia merupakan sebuah kewajiban yang sudah diatur oleh regulasi hukum di Indonesia. Berdasarkan regulasi seperti Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 dan Fatwa MUI No. 7 Tahun 2021, perusahaan syariah di Indonesia wajib menunaikan zakat sebagai bagian dari kewajiban agama dan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan. Implementasinya melibatkan metode perhitungan kompleks seperti standar AAOIFI dan BAZNAS.

Terdapat tiga pilar regulasi yang terstruktur yang menatur hukum zakat perusahaan syariah di Indonesia. Pertama, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat menetapkan bahwa perusahaan syariah diwajibkan membayar zakat (Apriani et al., 2024). Kedua, Peraturan Menteri Agama No. 31 Tahun 2019 menjelaskan tata cara perhitungan zakat mal, yang mencakup aset korporasi (KEMENAG RI, 2019). Ketiga, persyaratan perusahaan yang wajib zakat ditetapkan dalam Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa MUI No. 7 Tahun 2021, yang mencakup investasi, kekayaan fisik yang produktif, dan aset lancar (Komisi Sekretariat Majelis Fatwa Ulama Indonesia, 2021).

Metode Perhitungan Zakat Perusahaan Syariah:

Salah satu metode umum yang sering menjadi rujukan untuk menghitung Zakat Perusahaan yaitu menggunakan metode AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization Islamic Financial Institution*). Menurut AAOIFI, terdapat dua metode berbeda yang dapat digunakan untuk menghitung zakat. Yang pertama adalah metode aktiva bersih (*Net Assets*). Metode kedua adalah metode dana investasi bersih atau ekuitas bersih. Zakat perusahaan adalah 2,5 persen dengan dasar penanggalan komariah, sementara perhitungan kewajiban zakat dengan penanggalan syamsiah adalah 2,5775 persen dan zakat tidak dikenakan pada aktiva. Terdapat dua model perhitungan zakat dalam metode AAOIFI sebagai berikut:

1. Metode perhitungan *net invested funds/net equity*: Metode ini menghitung zakat dengan menggabungkan tambahan modal, cadangan yang tidak dikurangkan dari aktiva, laba ditahan, laba bersih, dan utang jangka panjang. Penggabungan aktiva tetap, investasi yang tidak diperdagangkan, dan kerugian yang mungkin terjadi adalah semua bagian dari proses ini.
2. Metode perhitungan aktiva bersih (*net assets*): Metode ini menggunakan banyak faktor untuk menghitung zakat, seperti uang lancar, modal investasi yang tidak terbatas, partisipasi minoritas, dan partisipasi pemerintah dan lembaga sosial, serta dana yang berasal dari lembaga non-profit juga dipertimbangkan. Oleh karena itu, kedua metode ini memberikan dasar yang luas untuk menentukan tanggung jawab zakat yang harus dipenuhi oleh individu atau entitas (Bara, 2018).

Sementara itu di Indonesia, implementasi metode perhitungan zakat perusahaan syariah perlu disesuaikan dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 109. Standar ini memberikan kerangka yang jelas dengan fokus pada tiga aspek penting. Pertama, PSAK 109 menekankan pentingnya menghitung zakat berdasarkan aset yang likuid, yang memastikan bahwa perhitungan zakat dilakukan atas aset yang dapat segera diuangkan. Kedua, zakat diakui sebagai beban perusahaan sebelum pajak, yang berarti biaya zakat dimasukkan dalam perhitungan laba rugi sebelum perusahaan membayar pajak. Ketiga, PSAK 109 menegaskan bahwa kewajiban zakat harus diakui dalam laporan posisi keuangan, sehingga transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat dapat dipertahankan. Dengan demikian, PSAK 109 tidak hanya memastikan kesesuaian dengan standar akuntansi yang berlaku, tetapi juga memperkuat praktik pengelolaan zakat yang sesuai dengan prinsip syariah di Indonesia (Agussalim & Darman, 2021).

Mekanisme Pengelolaan Zakat Perusahaan di PT. Intan Payung Berkah Pekanbaru

Dalam implementasinya, PT. Intan Payung Berkah mengelola zakat perusahaan secara internal dengan pendekatan yang sederhana namun berlandaskan pada nilai spiritual. Pengelolaan ini diawali dengan perhitungan zakat dari laba bersih perusahaan setiap bulan, tanpa memisahkan aset yang dimiliki berdasarkan kepemilikannya. Perusahaan menetapkan bahwa zakat dihitung sebesar 2,5% dari laba bersih, dan jumlah zakat meningkat seiring dengan pertumbuhan keuntungan (Nawari, 2023).

Selanjutnya, dana zakat yang telah dikumpulkan disalurkan langsung kepada pihak-pihak yang dianggap berhak menerimanya, seperti fakir miskin dan masyarakat sekitar yang membutuhkan. Proses distribusi ini tidak melalui lembaga zakat resmi seperti BAZNAS, melainkan dikelola langsung oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya. Meskipun metode yang digunakan belum sepenuhnya mengacu pada standar yang ditetapkan oleh AAOIFI atau BAZNAS, perusahaan tetap berkomitmen untuk menjaga keberlanjutan zakat sebagai bagian dari budaya korporasi (Nawari, 2023).

KESIMPULAN

CSR dan zakat merupakan dua instrumen strategis dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan, meskipun berangkat dari paradigma yang berbeda. CSR adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang bersifat sukarela dan berorientasi pada prinsip keberlanjutan (profit, people, planet), sementara zakat merupakan kewajiban agama dalam Islam yang menekankan keadilan sosial dan distribusi kekayaan secara merata. Keduanya memiliki dasar hukum yang jelas CSR diatur dalam UU No. 40/2007 dan UU No. 25/2007, sedangkan zakat didasarkan pada Al-Qur'an, Hadis, dan UU No. 23/2011.

Dalam implementasinya, CSR berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan, sebagaimana dilakukan PT. KAI yang mendukung UKM. Zakat, melalui mekanisme distribusi produktif kepada delapan golongan (asnaf), mampu meningkatkan kesejahteraan mustahiq dan mendorong pertumbuhan ekonomi umat. Meski demikian, keduanya menghadapi tantangan seperti potensi greenwashing pada CSR dan kurangnya manajemen profesional pada zakat.

Secara esensial, CSR dan zakat memiliki tujuan yang beririsan: menciptakan keadilan sosial, kesejahteraan, dan keberlanjutan. Oleh karena itu, integrasi keduanya, khususnya di perusahaan berbasis syariah, dapat memperkuat dampak sosial melalui pendekatan yang menggabungkan etika bisnis dan nilai spiritual. Dengan tata kelola yang transparan dan berorientasi pada pemberdayaan, CSR dan zakat dapat menjadi pilar penting dalam membangun masyarakat yang inklusif dan berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Ridlo. (2014). ZAKAT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Al-‘Adl*, 1(22 Jan), 1–17.
- Apriani, T., Kurniasih, N., Nuryakin, R. A., & Gunariah, F. (2024). *Transaksi Dinar dan Dirham Sebagai Alat Pembayaran Zakat Mal Dalam Tinjauan UU No. 23 Tahun 2011*. 8(2).
- Fauziah, N. D., Hana, U. A., & Mauliana, E. (2021). *Analisis Dampak Zakat terhadap Perekonomian untuk Kemaslahatan Masyarakat Miskin*. 03(02), 93–102.
- Gustiawan, D. (2024). *Manajemen Strategis*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Ibrahim, A. (2021). *Metodologi Penelitian Ekononmi dan Bisnis Islam*. AR-RANIRY PRESS.
- Irawan, S. A., Gitosaputro, S., Rangga, K. K., Hasanuddin, T., & Aviati Syarief, Y. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Implementasi CSR sebagai Upaya PenyelesaianTerjadinya Konflik antara Masyarakat dengan Perusahaan. *Eastasouth Journal of Positive Community Services*, 2(01), 8–22. <https://doi.org/10.58812/ejpcs.v2i01.139>

- KEMENAG RI. (2019). *PERMENAG RI No. 31 Tahun 2019* (Issue 1503).
- Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi. In *Economic & Business Publishing*.
- Komisi Sekretariat Majelis Fatwa Ulama Indonesia. (2021). *KEPUTUSAN IJTIMA ' ULAMA KOMISI FATWA SE-INDONESIA VII MAJELIS ULAMA INDONESIA TAHUN 2021*.
- Kurnia, A., Shaura, A., & Raharjo, S. T. (2019). *SUSTAINABLE DEVELOPMENT DAN CSR*. 231–237.
- Lestari, R. T. (2021). *Pengaruh Zakat dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Bank Umum Syariah di Indonesia Periode 2014–2018)*.
- M. Hanafi Zuardi. (2013). OPTIMALISASI ZAKAT DALAM EKONOMI ISLAM. *Adzkiya Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 1(1), 15–34.
- Mustafa, C. C., & Handayani, N. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(6).
- Mutlari, Y. L., Irsan, Arifin, Z., & Ramadhan, S. (n.d.). *Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi Pada Perusahaan Tambang Batubara di Indonesia*.
- Nawari, A. (2023). *Analisis Metode Perhitungan Zakat Perusahaan Pada Pt. Intan Payung Berkah Pekanbaru*. UIN Sultan Syarif Kasim RIAU.
- Ningtyas, C. P., Kambolong, M., & Makmur, M. (2022). IMPLEMENTASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY STUDI PADA PT. ANEKA TAMBANG Tbk. UBPN SULAWESI TENGGARA. *Journal Publicuho*, 5(4), 1091–1112. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v5i4.50>
- Octaviani, F., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2022). Strategi Komunikasi dalam Corporate Social Responsibility Perusahaan sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial HUMANITAS*, 4(I), 21–33. <https://doi.org/10.23969/humanitas.v4ii.4882>
- Setiadarma, A. (2021). Etika Dalam Melakukan Kegiatan Corporate Social Responsibility(Csr). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 26(1), 1–9.
- Setiyawati, D., Semaun, S., & Muhammadun, M. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Angkasa Pura I Makassar Berbasis Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *EKALAYA: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 1, 108–114.
- Siregar, E. Z., Islam, U., Sumatera, N., Samri, Y., Nasution, J., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). *Pengaruh Zakat Terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia*. 2(1), 1–5.
- Sundari, S. (2018). Zakat Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Pengentasan Kemiskinan. *Al-`Adalah : Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 3(1), 23–35. <https://doi.org/10.31538/adlh.v3i1.403>
- Untari, E. R., Mawarni, S., & Hidayat, A. (2023). Legitimasi Hukum Zakat Di Indonesia. *Mitsaqan Ghalizan*, 3(2), 59–74. <https://doi.org/10.33084/mg.v3i2.6322>