

Tanggung Jawab Sosial Organisasi Bisnis (Perusahaan) Dalam Bisnis Islam

Serly Merlinda *¹

Madu Rahayu ²

Alex Sandro Abu Rasid ³

Diah Mukminatul Hasimi ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen Bisnis Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

*e-mail: serlymerlinda09@gmail.com¹ madurahayu6@gmail.com² sandromesuji@gmail.com,³ diahmukminatul@radenintan.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini membahas konsep tanggung jawab sosial organisasi bisnis (perusahaan) dalam perspektif bisnis Islam yang menekankan keseimbangan antara keuntungan ekonomi, etika, dan kemaslahatan sosial. Dalam Islam, aktivitas bisnis tidak hanya bertujuan mencari profit, tetapi merupakan bentuk amanah yang harus dijalankan sesuai prinsip tauhid, keadilan, amanah, ihsan, dan maslahah. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka dengan menganalisis literatur terkait etika bisnis Islam, maqashid al-syariah, dan model CSR Islami. Hasil kajian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial dalam Islam meliputi pemenuhan hak-hak pekerja, menjaga keadilan dalam transaksi, perlindungan konsumen, kelestarian lingkungan, serta pelaksanaan filantropi seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf produktif. Selain itu, perusahaan wajib menjalankan usaha yang halal dan thayyib serta menghindari praktik merusak seperti riba, gharar, dan eksploitasi. Secara keseluruhan, CSR menurut Islam berorientasi pada tercapainya kemaslahatan umum dan keberlanjutan sosial-lingkungan yang sejalan dengan Maqashid al-Syariah. Dengan penerapan prinsip-prinsip ini, perusahaan dapat menciptakan nilai ekonomi sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Tanggung Jawab Sosial, Organisasi Bisnis, Bisnis Islam

Abstract

This study discusses the concept of social responsibility of business organizations (companies) from an Islamic business perspective that emphasizes the balance between economic profit, ethics, and social welfare. In Islam, business activities are not only aimed at seeking profit, but are a form of trust that must be carried out according to the principles of monotheism, justice, trustworthiness, ihsan, and maslahah. This study uses a library study approach by analyzing literature related to Islamic business ethics, maqashid al-Shariah, and the Islamic CSR model. The results of the study indicate that social responsibility in Islam includes providing workers' rights, maintaining fairness in transactions, consumer protection, environmental sustainability, and the implementation of philanthropy such as zakat, infaq, sadaqah, and productive waqf. In addition, companies are required to run halal and thayyib businesses and avoid destructive practices such as usury, gharar, and exploitation. Overall, CSR according to Islam is oriented towards achieving the public good and the desires of society and the environment that are in line with Maqashid al-Shariah. By implementing these principles, companies can create economic value while making a real contribution to the welfare of society.

Keywords: Social Responsibility, Business Organization, Islamic Business

PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis dalam pandangan Islam tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial dan moral terhadap masyarakat luas (Diana et al. 2025). Prinsip ini berpijak pada nilai-nilai keadilan (*al-'adl*), keseimbangan (*tawazun*), dan kemaslahatan (*maslahah*). Oleh karena itu, setiap organisasi bisnis, baik dalam skala kecil maupun besar, memiliki tanggung jawab untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan memperhatikan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan yang berlandaskan pada etika Islam.

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan Al-Quran dan Al-Hadist yang harus dijadikan pedoman oleh semua pelaku usaha dalam aktivitas bisnis baik bisnis

skala besar dan skala kecil. Dalam melakukan bisnis, tidak terlepas dari peran manusia dalam berinteraksi karena manusia membutuhkan hubungan dengan manusia lainnya dalam berinteraksi apapun salah satunya interaksi bisnis (Purnomo, Lesmana, and Novilia 2024). Namun interaksi bisnis dalam Islam, adanya prinsip dan norma yang harus diterapkan oleh umat muslim dalam melakukan kegiatan bisnis agar kegiatan yang dilakukan mendapatkan pahala dan berkah.

Organisasi bisnis dalam Islam dipandang sebagai wadah untuk mencapai kesejahteraan kolektif. Aktivitas bisnis tidak boleh lepas dari nilai-nilai spiritual dan moral. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya diukur dari keberhasilan finansialnya, melainkan juga dari kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan.

Tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis Islam berakar pada prinsip-prinsip etika dan moral Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan *ihsan* (berbuat baik). Ini mencakup tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, dan lingkungan, dengan fokus pada penciptaan kebaikan, menghindari hal-hal yang haram, serta menyejahterakan masyarakat melalui praktik yang berkelanjutan dan sesuai syariat (Mayanti 2021). Pelaksanaannya didasarkan pada konsep *hablun minan nas* (hubungan antarmanusia) dan kewajiban moral untuk mendatangkan manfaat bagi sesama, seperti yang tercermin dalam kewajiban zakat, infak, dan sedekah.

Kenyataannya, banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya penerapan tanggung jawab sosial sebagai strategi keberlanjutan. Program-program tanggung jawab sosial perusahaan seperti pemberdayaan ekonomi masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan kini menjadi bagian dari reputasi perusahaan. Dalam Islam, hal ini sejalan dengan konsep ihsan dan amanah, di mana setiap pelaku bisnis harus bertanggung jawab atas dampak sosial dari kegiatan usahanya. Melalui penerapan tanggung jawab sosial dalam bisnis Islam, diharapkan tercipta keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan nilai-nilai kemanusiaan. Hal ini menunjukkan bahwa etika dan moral bukan sekadar pelengkap dalam dunia bisnis, tetapi merupakan fondasi utama yang menuntun perusahaan menuju keberkahan dan keberlanjutan usaha (Muhammad 2019).

METODE

Metode penulisan ini menggunakan kajian literature atau library reseatch dengan pendekatan kualitatif deskriptif karena dalam pembahasan yang ditulis penulis diperoleh dari data dengan berbagai cara yaitu pengumpulan, pengelolaan, dan analisis data dari berbagai karya tulis dan studi pustaka terdahulu (Himawati 2020). Dalam pencapaian tujuan penulis mengumpulkan informasi, teori, dan kajian-kajian literatur lainnya. Kajian literatur tersebut meliputi buku dan artikel ilmiah. Dalam penyelesaian penulisan makalah ini penulis menggunakan prosedur penulisan meliputi penentuan topik, fokus penelitian, pengumpulan sumber, penyajian data, dan analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Dasar Tanggung Jawab Sosial dalam Islam

Islam memandang manusia (termasuk organisasi/perusahaan) sebagai khalifah *fil ardh* wakil Allah di bumi. Akibatnya, manusia memiliki amanah untuk menjaga keseimbangan alam, menghindari kerusakan (*fasad*), mengelola sumber daya dengan bijak (*israf* tidak berlebihan). Prinsip ini menjadi fondasi moral bagi tanggung jawab sosial (Askar and Ghofur 2025).

Tanggung jawab sosial (khususnya dalam konteks Islam) harus mengarah pada perwujudan lima tujuan syariah, atau yang dikenal sebagai *Maqasid Syariah*, sangat relevan dan didukung oleh prinsip-prinsip syariah (Anwar, Rialita, and Maulana 2023). *Maqasid Syariah* adalah tujuan fundamental dari hukum Islam yang dirancang untuk membawa kemaslahatan (kebaikan) bagi umat manusia dan mencegah kemudaratatan (Hidayat et al. 2022). Tanggung jawab sosial harus mengarah pada perwujudan lima tujuan syariah:

1. *Hifz al-Din* – menjaga nilai agama
2. *Hifz al-Nafs* – menjaga keselamatan jiwa
3. *Hifz al-'Aql* – menjaga akal (edukasi, tidak merusak akal)
4. *Hifz al-Mal* – menjaga harta (keadilan ekonomi)

5. *Hifz al-Nasl* – menjaga keturunan, kualitas hidup

CSR Islami wajib menyejahterakan, bukan merusak salah satu unsur ini. Selain itu semua aktivitas perusahaan harus berorientasi pada kemaslahatan umum, bukan hanya keuntungan perusahaan. Masalah mencakup masalah ekonomi (pemberdayaan), masalah sosial (keadilan), masalah lingkungan (keberlanjutan). Perusahaan yang merugikan publik dianggap melanggar prinsip masalah (Usman 2020).

Prinsip-Prinsip Bisnis Islam yang Mendasari CSR

Prinsip bisnis Islam yang mendasari *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kejujuran, amanah, keadilan, transparansi, dan larangan terhadap unsur-unsur haram seperti riba, *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian). Selain itu, ada pula konsep *ihsan* (berbuat baik untuk mendapatkan ridho Allah), serta fokus pada kesejahteraan sosial dan kelestarian lingkungan.

Tanggung jawab sosial dalam Islam dibangun atas etika yang amanah yaitu menjalankan bisnis dengan penuh tanggung jawab terhadap pemilik modal, karyawan, konsumen, dan alam. Kemudian *shidq* (Kejujuran) yaitu menolak penipuan, manipulasi, korupsi, dan kecurangan. Etika 'adl (Keadilan) distribusi manfaat dan perlakuan yang adil terhadap seluruh pihak dan *ihsan* (Kebaikan Sosial). Tidak sekadar memenuhi aturan, tetapi melakukan kebaikan lebih dari yang diwajibkan. Terakhir harus taqwa dengan kesadaran bahwa Allah mengawasi setiap aktivitas bisnis.

Islam melarang perilaku yang merusak lingkungan, manusia, atau tatanan ekonomi. Contohnya: eksploitasi alam tanpa rehabilitasi, membangun bisnis yang menghasilkan polusi berlebih, produksi barang haram atau membahayakan. Ini menjadi dasar ekologis dalam CSR Islami. Tanggung jawab sosial juga mencakup: Larangan riba untuk mencegah eksploitasi finansial. Larangan *gharar* untuk menghindari ketidakpastian yang merugikan pihak lain. Larangan *maysir* untuk mencegah praktik spekulasi yang merusak tatanan ekonomi. Perusahaan harus menjalankan transaksi yang adil dan transparan (Rahmania and Jama 2025).

Dimensi-Dimensi CSR dalam Bisnis Islam

Dimensi-dimensi CSR dalam Bisnis Islam mencakup tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang diwujudkan melalui prinsip-prinsip Islam seperti *ihsan* (berbuat baik demi keridhaan Allah), akuntabilitas vertikal kepada Allah, dan etika bisnis yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Konsep ini juga mencakup tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan (pekerja, masyarakat, lingkungan) dan kedermwanan yang berbasis pada hak-hak orang yang membutuhkan, bukan hanya filantropi sukarela (Sauqi, Rohani, and Solehah 2025).

Ruang Lingkup dan Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencakup tanggung jawab terhadap karyawan, pemangku kepentingan (seperti konsumen dan mitra kerja), serta masyarakat umum dan lingkungan. Implementasi CSR melibatkan kegiatan internal dan eksternal yang bertujuan menciptakan keberlanjutan, akuntabilitas, dan transparansi, yang dapat dibagi menjadi empat jenis utama: ekonomi, legal, etika, dan filantropis.

Implementasi CSR Perusahaan Islam

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan Islam mencakup tanggung jawab sosial kepada karyawan, masyarakat, dan lingkungan, yang didasarkan pada prinsip-prinsip etika bisnis Islam seperti tauhid, keadilan, kejujuran, dan kebajikan. Pelaksanaannya bisa melalui program sosial keagamaan seperti zakat, bantuan pendidikan, dan pemberdayaan ekonomi, serta program pelestarian lingkungan untuk mendapatkan ridha Allah SWT.

Tantangan dan Permasalahan CSR dalam Bisnis Islam

Tantangan dan permasalahan CSR dalam bisnis Islam meliputi kurangnya pemahaman dan sosialisasi, tumpang tindih antara dana CSR dan dana ZIS (Zakat, Infaq, Shadaqah), serta ketidakjelasan regulasi yang belum sepenuhnya menyelaraskan praktik CSR dengan prinsip syariah. Selain itu, ada juga kendala seperti sumber daya manusia yang belum siap dan persepsi masyarakat yang masih membedakan CSR secara umum dengan konsep Islam (Mz 2006).

KESIMPULAN

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dalam perspektif bisnis Islam bukan hanya aktivitas tambahan atau strategi pencitraan, tetapi merupakan bagian inheren dari ajaran syariah yang menuntun setiap aktivitas bisnis. Islam memandang perusahaan sebagai bagian dari amanah manusia sebagai khalifah fil ardh, sehingga setiap aktivitas bisnis harus memberikan manfaat bagi masyarakat, menjaga keberlanjutan lingkungan, dan menghindari segala bentuk kerusakan (fasad).

Dasar teologis seperti tauhid, amanah, keadilan, ihsan, dan masalah menjadi fondasi utama yang menegaskan bahwa bisnis tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada kesejahteraan sosial. Dengan demikian, perusahaan berkewajiban menjalankan usaha yang halal dan thayyib, menghindari praktik yang merugikan seperti riba, gharar, dan eksploitasi, serta memastikan perlindungan terhadap konsumen, karyawan, dan lingkungan.

Implementasi CSR dalam Islam meliputi pemenuhan hak-hak pekerja, keadilan harga, pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, sampai pada kewajiban filantropi seperti zakat, infak, sedekah, dan wakaf produktif. Semuanya bertujuan untuk mewujudkan Maqashid al-Syariah, yaitu melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Secara keseluruhan, CSR menurut Islam adalah tanggung jawab moral, sosial, dan spiritual yang memastikan bahwa kegiatan perusahaan membawa kemaslahatan bagi semua pihak. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, perusahaan tidak hanya memperoleh keuntungan material, tetapi juga kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan dalam bingkai etika bisnis Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Mustofa, Agnes Jevi Rialita, and Ilham Maulana. 2023. "Prinsip-Prinsip Maqasid Syariah Dalam Pemecahan Kasus Fiqh Muamalah Di Era Modern." *Jurnal Syariah Dan Hukum Islam* 2(2):148–65. doi: 10.47902/jshi.v2i2.307.
- Askar, Romlah Abubakar, and Abdul Ghofur. 2025. "Ekologi Dan Hadits : Analisis Tentang Peran Manusia Sebagai Khalifah Di Bumi." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2(10):231–37. doi: 10.5281/zenodo.15427257.
- Diana, Rama, Farida Aulia, Indah Pratiwi, and Dina Hermia Putri. 2025. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Islam: Menilai Aspek Finansial Dan Kepatuhan Syariah." *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia* 2(5):9430–37.
- Hidayat, Rahmat, Efrinaldi, Jayusman, and Rita Sari. 2022. "Review of Maqasid Al-Syari'Ah Concerning the Fulfillment of Child Rights Post-Divorce in Budi Aji Village, Simpang Pematang District, Mesuji Regency." *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan* 22(2):221. doi: 10.30631/alrisalah.v22i2.1254.
- Himawati, Fenti. 2020. *Metode Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Mayanti, Yuni. 2021. "Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Bisnis Islam Corporate Social Responsibility in Islamic Business." *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* 1(3):651–60. doi: 10.35313/jaief.v1i3.2612.
- Muhammad. 2019. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UII Press.
- Mz, Labib. 2006. *Etika Bisnis Islam*. Surabaya: Bintang Usaha Jaya.
- Purnomo, D., Teguh Lesmana, and Fitri Novilia. 2024. "Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Online Di Indonesia." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* 5(11):5327–39. doi: 1047467/elmal.v5i11.5641.
- Rahmania, Afifah Dwy Rezky Razak, and Ahmad Fauzan Jama. 2025. "Penerapan Prinsip Larangan Maysir, Gharar, Dan Riba Dalam Bank Syariah." *Jurnal Al-Muqaranah: Jurnal Hukum Dan Pemikiran Islam* 3(2):9–19. doi: 10.33477/am.v3i2.9202.
- Sauqi, Muhammad, Alya Rohani, and Mar Solehah. 2025. "Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Hadis : Implementasi Nilai Islam Dalam Ekonomi Modern." *Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah* 3(2):130–40. doi: 10.35905/rikaz.v3i2.13332.

Usman, Moh. 2020. "Maslahah Mursalah Sebagai Metode Istinbath Hukum Perspektif Al-Thufi Dan Al-Qaradhawi." *Jurnal Hukum Islam Dan Pranata Sosial Islam* 8(1):87.