

TELAAH KARAKTERISTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) UNTUK MAHASISWA HUKUM EKONOMI SYARIAH

Maryati

Unieristas Muslim Indonesia, Makassar, mallongimaryati@gmail.com

Abstrak

Tujuan penulisan ini menguraikan telaah karakteristik Corporate Social Responsibility (CSR) untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa, khususnya mahasiswa hukum ekonomi syariah. Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan. Ruang lingkup pelaksanaan CSR meliputi; keberlanjutan (sustainability), akuntabilitas (accountability), transparansi (transparency), kedermwanaan (philanthropy), tanggung jawab (responsibility), dan kebijakan (policy). Implementasi CSR di Indonesia telah diterapkan untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Implementasi tersebut merupakan kontribusi nyata melalui pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan hidup dalam bentuk konservasi dan lain sebagainya. Dengan demikian, konsep CSR dan implementasinya dalam perspektif hukum ekonomi syariah sangat sesuai dengan spirit nilai Islam yang universal.

Kata Kunci: *Karakteristik CSR, Hukum Ekonomi Syariah*

A. Pendahuluan

Tanggung jawab merupakan suatu ukuran kemanusiaan dalam posisi sosialnya sebagai makhluk yang berpikir dan bertindak. Tanggung jawab dapat pula dimaknai sebagai upaya sadar pemenuhan suatu kewajiban. Sebaliknya, kewajiban menuntut pemenuhan tanggung jawab. Dalam Islam, tanggung jawab merupakan salah satu nilai penting akhlak dan kewajiban.

Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi tanggung jawab. Hal ini dapat dilihat dalam seluruh rangkaian pola hidup dan ibadah yang diajarkan. Dengan demikian, pada hakikatnya Islam mewajibkan umatnya memiliki akhlak tanggung jawab. Hal ini telah banyak diterangkan dalam Al-Qur'an, bahkan Rasulullah merupakan sebaik-baik figur mulia yang mendidik pengikutnya menunaikan tanggung jawab.

Manusia sejatinya merupakan makhluk yang bertanggung jawab. Sebagai hamba Allah, manusia harus memenuhi kewajiban dalam hidupnya beribadah kepada Allah, sedangkan manusia sebagai individu memiliki tanggung jawab moral maupun sosial kepada sesama manusia. Selain itu, manusia sebagai pemimpin di muka bumi mengemban tanggung jawab memakmurkan bumi dan menjaga lingkungan.

Bentuk-bentuk tanggung jawab tersebut kemudian terkonkretisasi dalam dimensi sosial dan teologis dalam kehidupan. Manusia juga mentransmisi tanggung jawabnya melalui berbagai institusi sosial ekonomi yang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan mengelola potensi kekayaan di muka bumi. Institusi bisnis seperti perusahaan energi dan perdagangan memiliki tanggung jawab korporasi secara sosial yang kemudian dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan aktualisasi tanggung jawab sosial. Hal ini merupakan suatu pendekatan bagi suatu perusahaan mengimplementasikan kepedulian sosial bisnis yang dijalankan untuk mensinergikan eksistensi perusahaan dengan masyarakat berdasarkan prinsip kesukarelaan yang berorientasi pada keseimbangan sosial, lingkungan, dan pendapatan. Dalam konteks ini, perusahaan berupaya mengalokasikan keuntungan profit secara ekonomis untuk pembangunan manusia dan lingkungan secara profesional.

Kajian hukum ekonomi syariah penting mengeksplorasi hal ini sebagai suatu konstruksi pemikiran ideal yang sejalan dengan nilai-nilai Islam yang telah lama meletakkan tanggung jawab sosial sebagai bentuk keseimbangan humanis yang dianjurkan ditransmisi secara berkelanjutan. Zakat yang dituntunkan Rasulullah merupakan kelembagaan yang sejak lama menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam memberdayakan lingkungan sosial ekonomi fakir miskin. Hal ini dilaksanakan sesuai syariat Allah untuk pembangunan manusia.

Berdasarkan uraian penjelasan tersebut, dapat dikemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan konsep pemuliaan lingkungan dan manusia. Mahasiswa ekonomi syariah perlu mempelajari CSR sebagai penguatan keilmuan memahami CSR yang ada pada setiap perusahaan, termasuk perusahaan yang berbasis syariah. Kajian ini mengeksplorasi konsep ini menggunakan tinjauan hukum ekonomi syariah. Kajian berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perlu dikembangkan, khususnya berkaitan dengan hukum ekonomi syariah, untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa tentang konsep ini. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan kajian dengan judul, “Telaah Karakteristik *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk Mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah.” Tujuan penulisan ini untuk menguraikan karakteristik *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk menambah wawasan keilmuan mahasiswa ekonomi syariah.

B. Pembahasan

1. Hakikat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep keberpihakan perusahaan terhadap lingkungan sosial. Mekanismenya dilaksanakan dalam rangka upaya menjembatani jarak sosial perusahaan dengan masyarakat melalui kegiatan-kegiatan di bidang pemberdayaan sosial. Defenisi CSR telah banyak dirumuskan oleh pakar, di antaranya dikemukakan oleh Suharto (Sunaryo, 2013: 264) menjelaskan bahwa CSR merupakan tuntutan global untuk keberhasilan perusahaan atau korporasi yang tidak hanya dinilai dari aspek kinerja keuangan dan pemasaran produknya, akan tetapi juga pada aspek kinerja sosial dan lingkungan.

Aspek kinerja sosial dan lingkungan tersebut merupakan realisasi tanggung jawab korporasi kepada publik. Syamsudin (2019) mengemukakan bahwa CSR merupakan salah satu program yang berisikan renspons tanggung jawab sosial perusahaan. CSR menjadi satu varian komponen yang harus dimiliki sebuah perusahaan agar perusahaan tersebut termasuk kelompok *Good Corporate Governance (GCG)* atau perusahaan dengan manajemen perusahaan berskala baik. CSR merupakan ukuran pengelolaan suatu perusahaan masuk kategori perusahaan dengan manajerial yang baik.

Berdasarkan defenisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa program CSR dengan demikian merupakan suatu sistem pro terhadap situasi sosial dan lingkungan. Setiap perusahaan korporasi yang bergerak pada wilayah ekonomi dan pengelolaan sumber daya alam harus memenuhi standar CSR untuk bisa dikategorikan sebagai perusahaan dengan peringkat manajemen yang baik. Program ini juga dapat dikemukakan sebagai dedikasi yang dapat berkontribusi pada citra perusahaan.

2. Dasar Hukum Implementasi CSR

Implementasi CSR merupakan tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh sebuah institusi perusahaan korporasi. Di Indonesia, implementasi CSR ini diatur dalam perundang-undangan. Legitimasi hukum tersebut dapat dilihat pada Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 berisi ayat-ayat sebagai berikut.

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai

biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajiban.

- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Legitimasi hukum berkaitan dengan pelaksanaan CSR selanjutnya diuraikan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 disebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban; a) menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik; b) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan; c) membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikannya kepada Badan Koordinasi Penanaman Modal; d) menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan e) mematuhi semua ketentuan peraturan perundangundangan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan skema konsep yang berorientasi melaksanakan serangkaian tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini terutama menjadi tanggung jawab perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan sumber daya alam. Dalam perundang-undangan yang lain tentang penanaman modal juga menegaskan porsi pelaksanaan tanggung jawab sosial.

3. Ruang Lingkup dan Manfaat Pelaksanaan CSR

Pelaksanaan CSR harus sesuai dengan ruang lingkup tanggung jawab sosial secara terkonseptual. Crowther David (Hadi, 2011: 59) menjelaskan prinsip tanggung jawab sosial ini menjadi tiga, yaitu: (1) *sustainability*, (2) *accountability*, dan (3) *transparency*. Ketiga komponen prinsip tersebut merupakan ruang lingkup tanggung jawab sosial setiap perusahaan.

Pertama; Prinsip *Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan aktifitasnya tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa mendatang dan kemampuan generasi mendatang.

Kedua, Prinsip *Accountability* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktifitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan, ketika aktifitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

Ketiga, Prinsip *Transparency* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berhubungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

Sejalan dengan pembahasan tersebut di atas, Broadshaw dan Vogel (Azherly, 2011: 36) menyatakan ada tiga dimensi yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan CSR berikut.

- a. *Corporate philanthropy* yaitu usaha-usaha amal yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Usaha-usaha amal ini tidak berhubungan secara langsung dengan kegiatan normal perusahaan.
- b. *Corporate responsibility* yaitu usaha sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan ketika sedang mengejar profitabilitas sebagai tujuan perusahaan.
- c. *Corporate policy* yaitu berkaitan dengan bagaimana hubungan perusahaan dengan pemerintah yang berkaitan dengan posisi tawar suatu perusahaan dengan adanya berbagai kebijaksanaan pemerintah yang memengaruhi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan.

Pelaksanaan CSR memberikan manfaat tidak hanya untuk perusahaan, namun tertuma sangat bermanfaat untuk ruang sosial dan lingkungan yang dijangkau. Branco dan Rodrigues (Mursitama, dkk, 2011: 29-31) membagi dua manfaat CSR berdasarkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) dari sebuah perusahaan, yaitu dari sisi internal maupun eksternal. Manfaat secara internal meliputi beberapa hal sebagai berikut.

- a. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Serangkaian aktifitas pengembangan sumber daya manusia dicapai dengan menciptakan para karyawan yang memiliki ketrampilan tinggi. Karyawan yang berkualitas akan menyumbang pada sistem manajemen sumber daya manusia yang lebih efektif. Misalnya, dengan meningkatnya loyalitas dan moral karyawan
- b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik dengan sasaran peningkatan performa lingkungan perusahaan. Aktivitas yang dapat dilakukan dalam hal ini antara lain penggunaan bahan baku yang didaur ulang atau dapat dipakai kembali dan mengganti bahan baku produksi yang kurang ramah lingkungan.
- c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Pengenalan CSR diharapkan akan memunculkan komitmen karyawan yang kuat terhadap perusahaan dan kemauan untuk belajar. Selain itu, partisipasi

para karyawan di dalam perusahaan dan ketrampilan mereka diharapkan dapat meningkat.

- d. Meningkatnya kinerja keuangan. Pelaksanaan CSR dapat mendongkrak harga saham bagi perusahaan menjadi lebih baik. Hal ini dapat dilihat pada penelitian Al-Tuwaijri, dkk menunjukkan bahwa tanggung jawab terhadap lingkungan (unsur CSR), kualitas lingkungan, dan kinerja ekonomi perusahaan pada 531 perusahaan yang terdaftar di Wall Street pada 1994, menunjukkan korelasi positif antara ketigavariabel tersebut.

Pelaksanaan CSR juga memberikan manfaat secara eksternal kepada perusahaan, sebagai berikut.

- a. Meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Reputasi perusahaan yang baik akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Selain itu, juga akan meningkatkan ketertarikan investor kepada perusahaan dan memperluas jaringan bisnis dan mengurangi risiko bisnis.
- b. CSR merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Sebuah produk yang ramah lingkungan yang ditopang dengan tanggung jawab sosial. Sehingga, diperlukan kesesuaian antara berbagai aktivitas sosial lingkungan dengan karakteristik perusahaan.
- c. Agenda pelaksanaan dan pembukaan CSR dapat menjadi instrumen komunikasi yang menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat. Komunikasi yang baik menjamin reputasi positif perusahaan di tengah masyarakat.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup pelaksanaan CSR meliputi; keberlanjutan (*sustainability*), akuntabilitas (*accountability*), transparansi (*transparency*), kedermawanan (*philanthropy*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebijakan (*policy*). Pelaksanaan CSR dengan memerhatikan ruang lingkup ini sangat bermanfaat untuk perusahaan secara internal maupun eksternal. Dengan demikian, maka ruang lingkup tanggung jawab sosial tersebut menguatkan eksistensi perusahaan melalui pelaksanaan CSR untuk mewujudkan tanggung jawab sosial dan lingkungan suatu perusahaan.

4. CSR dalam Perspektif HES

Konsep CSR yang telah diuraikan sebelumnya merupakan skema pemenuhan tanggung jawab sosial lingkungan setiap perusahaan. Ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah, CSR sejalan dengan landasan dan filosofi hukum ekonomi syariah. Dari segi

landasan hukum ekonomi syariah, CSR yang mendepankan respons masalah sosial dan lingkungan sejalan dengan nilai-nilai universal Islam yang terkandung di dalam Al-Qur'an. Hal ini dapat disimak dalam salah satu firman Allah, sebagai berikut.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Terjemahannya: Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik (QS. Al-A'raf [7]: 56)

Selain salah satu contoh kesesuaian CSR dengan nilai-nilai Al-Qur'an tersebut, konsep ini juga sangat sejalan dengan filosofi ekonomi syariah yakni kesesuaian dengan filosofi keadilan dan keseimbangan, yaitu sistem ekonomi syariah memandang keadilan dan keseimbangan sebagai sesuatu yang mutlak diamalkan setiap pelaku ekonomi. Perusahaan sebagai pelaku ekonomi harus mengamalkan hal ini untuk mendorong kesejahteraan masyarakat.

Kesesuaian dengan filosofi ekonomi syariah selanjutnya ialah pada aspek filosofi pertanggungjawaban. CSR secara tidak langsung menerapkan nilai ekonomi syariah karena mengimplementasikan bentuk-bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan. Manusia sebagai khalifah memegang amanah di muka bumi. Untuk itu, seluruh aktivitas diberikan keleluasaan mengelola sumber daya alam untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Meskipun demikian, sebagai hamba Allah manusia akan diminta pertanggungjawaban atas segala sesuatu yang dilakukannya di muka bumi. Berkaitan dengan tanggung jawab ini Allah Swt berfirman sebagai berikut.

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Terjemahannya: Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang telah diperbuatnya (Q.S Al Mudtastir [74]: 38)

CSR secara sosiologis sangat membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat yang kurang mampu. Konsep Islam dalam penanganan masyarakat kurang mampu adalah memberikan santunan dalam bentuk zakat maupun infak. Saat ini, model infak umumnya banyak dikenal dengan bantuan tunai dan donasi. CSR menjalankan fungsi ini untuk menjangkau masyarakat kurang mampu melalui berbagai program kegiatan sosial.

Selain penanganan masyarakat kurang mampu untuk meningkatkan kesejahteraan hidup mereka, konsep CSR secara substansial merupakan implementasi kejujuran dan sifat amanah. Pelaksanaannya harus didasarkan pada suatu kesadaran bahwa Allah telah memperingatkan tentang bagaimana menunaikan amanah dan kejujuran sebagaimana kutipan firmanNya, sebagai berikut.

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَنْفَالِ قُلِ الْأَنْفَالُ لِلَّهِ وَالرَّسُولِ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَصْلِحُوا ذَاتَ بَيْنِكُمْ وَأَطِيعُوا اللَّهَ
وَرَسُولَهُ إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧﴾

Terjemahannya: Mereka menanyakan kepadamu tentang (pembagian) harta rampasan perang. Katakanlah: "Harta rampasan perang kepunyaan Allah dan Rasul, oleh sebab itu bertakwalah kepada Allah dan perbaikilah perhubungan di antara sesamamu; dan taatlah kepada Allah dan Rasul-Nya jika kamu adalah orang-orang yang beriman" (Q.S Al-Anfal [8]: 27)

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR dalam perpektif hukum ekonomi syariah sejalan dengan nilai-nilai Islam yakni berkaitan dengan menjaga kesinambungan lingkungan hidup, menjaga tanggung jawab, membantu masyarakat miskin. Dengan demikian, CSR merupakan konsep strategis pemberdayaan ummat yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

5. Implementasi CSR di Indonesia

Implementasi CSR di Indonesia telah banyak diadopsi dan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan besar. Pemahaman terhadap contoh implementasi ini akan menambah wawasan mahasiswa ekonomi syariah untuk dapat bersinergi dengan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat dengan bekerja sama pada program yang sama. Anonim (2016) mengemukakan beberapa contoh sebagai berikut.

a. Danone (Air Mineral Aqua)

Danone melakukan program CSR disebut WASH (*Water Access, Sanitation, Hygiene Program*) yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan masyarakat prasejahtera dan berkontribusi secara aktif serta berkelanjutan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang berhubungan dengan penyediaan air bersih di Indonesia. Program ini dikenal dengan “1 Liter Aqua untuk 10 Liter Air Bersih”.

b. PT Sinde Budi Sentosa (Larutan Cap Badak)

PT Sinda Budi Sentosa melakukan program CSR dengan melestarikan habitat Badak Jawa di Taman Nasional Ujung Kulon. Program ini atas kerjasama antara Sinda dan WWF Indonesia, di mana Sinda mendonasikan dana dari hasil penjualan produknya untuk program pelestarian Badak Jawa.

c. Pertamina

Pertamina berkomitmen dalam program CSR dengan membantu pemerintah Indonesia dalam memperbaiki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Indonesia melalui pelaksanaan program-program yang membantu tercapainya target pembangunan, dan membangun hubungan harmonis serta kondusif dengan semua pihak stakeholder (pemangku kepentingan) untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan terutama dalam membangun reputasi perusahaan.

d. Bank Mandiri Syariah

Badan usaha perseroan seperti perbankan juga memiliki program CSR yang dilaksanakan secara terintegrasi dengan lembaga mitra lainnya. Bentuk implementasi CSR juga dapat dilihat pada program Bank Mandiri Syariah (www.mandirisyariah.co.id) yang bertujuan; 1) Mewujudkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan masyarakat; 2) Mendukung implementasi praktik bisnis yang transparan dan bertanggung jawab; 3) Membangun citra positif dan menggalang dukungan masyarakat; 4) Menggali dan memberdayakan potensi UMKM melalui penyaluran dana kemitraan; dan 5) Berpartisipasi pada program pelestarian lingkungan hidup, peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan, kesejahteraan, kehidupan beragama, dan perbaikan sarana umum lainnya.

Kebijakan CSR di BSM dilakukan melalui pendekatan triple bottom lines yang meliputi: 1) Kinerja ekonomi (*economic indicators*); 2) Kinerja lingkungan (*environmental indicators*); dan 3) Kinerja sosial (*social indicators*). Praktik implementasinya dikerjasamakan dengan Lembaga Amil Zakat Bangun Sejahtera Mitra Umat (www.mandirisyariah.co.id)

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa implementasi CSR di Indonesia telah diterapkan untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Implementasi tersebut merupakan kontribusi nyata melalui pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan hidup dalam bentuk konservasi dan lain sebagainya. Dengan demikian, konsep CSR dan implementasinya dalam perspektif hukum ekonomi syariah sangat sesuai dengan spirit nilai Islam yang universal.

C. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan kesimpulan pembahasan ini sebagai berikut.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep tanggung jawab sosial perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan. Fokus tanggung jawab ini terarah pada implementasi kebijakan pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan. CSR mendorong pembangunan berkelanjutan dengan cara menyisipkan keuntungan ekonomi untuk pemberdayaan sosial baik secara jangka pendek maupun jangka panjang. Ruang lingkup pelaksanaan CSR meliputi; keberlanjutan (*sustainability*), akuntabilitas (*accountability*), transparansi (*transparency*), kedermawanan (*philanthropy*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebijakan (*policy*). Pelaksanaan CSR dengan memerhatikan ruang lingkup ini sangat bermanfaat untuk perusahaan secara internal maupun eksternal. Implementasi CSR di Indonesia telah diterapkan untuk memenuhi tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Implementasi tersebut merupakan kontribusi nyata melalui pemberdayaan masyarakat dan pelestarian lingkungan hidup dalam bentuk konservasi dan lain sebagainya. Dengan demikian, konsep CSR dan implementasinya dalam perspektif hukum ekonomi syariah sangat sesuai dengan spirit nilai Islam yang universal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2016. "Pengertian CSR, Manfaat dan Fungsi CSR, serta Contoh CSR Perusahaan. *Artikel*. Diakses di <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/10/pengertian-csr-manfaat-fungsi-contoh-csr-perusahaan.html> pada tanggal 11 Februari 2020.
- Azheri, Busyra, 2011, *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandotary*, Jakarta, Rajawali Pers.
- CSR. Diakses dari <https://www.mandirisyariah.co.id/>, pada tanggal 11 Februari 2020
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Sosial Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Republik Indonesia, "Undang-Undang RI No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas", diakses di <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.-40-tahun-2007-tentang-Perseroan-Terbatas.aspx>
- Republik Indonesia, "Undang-Undang RI No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal" diakses di <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU25Tahun2007PenanamanModal.pdf>

-
- Sunaryo. 2013. *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan*. Jurnal *Fiat Justitia Jurnal Ilmu Hukum* Volume 7 No. 1 Januari-April 2013, ISSN 1978-5186.
- Syamsudin, Muhammad. 2019. Fiqih Bencana: CSR sebagai Tanggung Jawab Sosial Perbankan. *Artikel*. Diakses di <https://islam.nu.or.id/post/read/101500/fiqih-bencana-csr-sebagai-tanggung-jawab-sosial-perbankan> pada tanggal 11 Februari 2020.
- Tirta N. Mursitama, M. Fadhil Hasan, dan Iman Y. Fakhruddin, 2011, *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasinya*, (Jakarta: INDEF)