

---

# Urgensi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam: Sebuah Meta-Sintesis

Ridwanto<sup>1</sup>, Irwan Misbach<sup>2</sup>, Siradjuddin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

---

## ABSTRACT

---

Corporate that is succeed in implementing CSR practices effectively can gain the public trust, improve the company's image and reputation, and support the achievement of further development goals. In the context of Islamic Economics, CSR is not only considered as an additional social responsibility, but also as an obligation that must be in line with Islamic business ethics. Implementing CSR within an Islamic economic framework is an integral part of the company's commitment to providing a sustainable positive impact in society. This research uses a meta-synthesis method to investigate the implementation of CSR in companies in Indonesia from an Islamic economics perspective. Literature analysis shows that CSR provides certainty of welfare to employees, contributes to community empowerment, and ensures environmental sustainability. These findings provide depth insight into the importance of implementing CSR in achieving sustainable development goals and Islamic economic values in Indonesia.

### Keywords:

Corporate Social Responsibility, Islamic Economics, Indonesia.

---

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [tor643109@gmail.com](mailto:tor643109@gmail.com), [irwan.misbach@uin-alauddin.ac.id](mailto:irwan.misbach@uin-alauddin.ac.id),

[siradjuddin@uin-alauddin.ac.id](mailto:siradjuddin@uin-alauddin.ac.id)

## **1. Pendahuluan**

Di era globalisasi seperti saat sekarang ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia semakin dihadapkan pada tuntutan untuk tidak hanya meraih keuntungan ekonomis, tetapi juga dituntut untuk memberikan sumbangsi bagi kesejahteraan masyarakat serta lingkungan sekitarnya (Daniri, 2008). Salah satu cara yang lazim dilaksanakan dalam rangka mencapai tujuan tersebut yakni melalui praktik Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Rahmadani, et. al, 2018) Pada awalnya, CSR mungkin hanya dipandang sebagai tanggung jawab filantropi perusahaan, yang diwujudkan melalui sumbangan dana atau proyek-proyek kecil yang mendukung komunitas sekitarnya. Akan tetapi seiring dengan perubahan dinamika sosial dan peningkatan kesadaran akan isu-isu lingkungan, CSR di Indonesia semakin berkembang menjadi konsep yang lebih holistik. Perusahaan tidak hanya diharapkan untuk memberikan kontribusi finansial (Probosingi, 2016). Menurut Herlina (2014) perusahaan diharapkan memberikan bantuan yang beragam, seperti dalam hal pendidikan, kesehatan, pelestarian lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat.

Perusahaan yang melaksanakan praktik CSR yang baik dapat memperoleh kepercayaan masyarakat dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan. Implementasi CSR di perusahaan diharapkan dapat memperoleh simpati masyarakat (Budianto & Dewi, 2023), meningkatkan citra dan reputasi perusahaan serta mendukung peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup manusia (Putra, et. al., 2018). Dengan demikian, praktik CSR yang baik dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan dan masyarakat secara menyeluruh. Melalui kegiatan CSR, perusahaan berusaha menjaga lingkungan, mendukung pembangunan berkelanjutan, dan meningkatkan kualitas hidup dikalangan masyarakat. Oleh karena itu sangat penting bagi suatu perusahaan untuk melaksanakan kegiatan CSR ini.

Lebih lanjut, praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dalam ekonomi Islam bukanlah sekedar tanggung jawab sosial tambahan, tetapi sebuah kewajiban yang harus selaras dengan prinsip-prinsip moral dan etika bisnis. Ekonomi Islam menggarisbawahi pentingnya keberlanjutan ekonomi yang berpusat pada kesejahteraan masyarakat serta adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial (Siregar, 2016). Oleh sebab itu maka implementasi CSR dalam konteks Ekonomi Islam bukan hanya sekedar mematuhi regulasi atau tuntutan pasar, melainkan bagian integral dari komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif yang berkelanjutan ditengah masyarakat.

Untuk menegetahui bagaimana pelaksanaan CSR dalam perusahaan di indonesia jika dilihat dari perspektif ekonomi islam maka Penelitian ini menggunakan metode meta-Sintesis, metode ini masih jarang digunakan sebagai pendekatan penelitian dalam menyelidiki secara lebih mendalam terkait masalah Pelaksanaan CSR pada perusahaan di indonesia yang dilihat dari perspektif ekonomi islam. Keunikkan dari penelitian ini terletak pada proses sintesis yang dilakukan, yang tidak hanya berfokus pada satu fenomena yang terungkap dalam penelitian individu, melainkan mencakup beragam temuan dari penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik yang akan dibahas dalam artikel ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah bermaksud memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang berbagai aspek pelaksanaan CSR, termasuk tantangan, dampak, dan potensi solusi yang mungkin telah diusulkan oleh peneliti sebelumnya. Dengan demikian, melalui metode meta-sintesis maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga bagi pemahaman kita tentang bagaimana pelaksanaan CSR pada perusahaan di Indonesia dapat lebih selaras dengan nilai-nilai Ekonomi Islam, serta memberikan landasan

yang kuat untuk pengembangan kebijakan dan praktik CSR yang lebih efektif dan berkelanjutan ditengah masyarakat.

## 2. Tinjauan Pustaka

### a. Corporate social responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) mengacu pada tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diemban oleh suatu perusahaan melalui kebijakan dan praktiknya (Haliwela, 2011). Ini melibatkan upaya untuk berkontribusi pada keberlanjutan sosial dan lingkungan (Marnelly, 2012) di luar fokus utama perusahaan pada laba. Lebih jauh, bahwa CSR perusahaan pada dasarnya dapat diartikan sebagai bentuk sumbangsi yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan akhir untuk mendorong entitasnya untuk ikut serta berpartisipasi dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan (sustainable development). Ambarini (2010) mendefenisikan Pembangunan berkelanjutan sebagaimana dikutip dari WCED (*The World Commission on Environment and Development*) yang mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai "pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi berikutnya untuk memenuhinya sendiri.

Dalam upaya mencapai tanggung jawab sosial, perusahaan tersebut secara sukarela mengambil peran untuk memberikan sumbangan positif pada masyarakat sekitarnya (Lara, 2022). Mereka berinvestasi dalam program-program seperti kesehatan dan pendidikan (Ariefianto, 2015). Program pendidikan yang mendukung perkembangan pengetahuan dan keterampilan masyarakat lokal. Selain itu, perusahaan juga aktif dalam memberikan sumbangan kesehatan, (Gumilar, 2018) dengan menyelenggarakan program pemeriksaan kesehatan gratis dan memberikan dukungan finansial untuk fasilitas kesehatan setempat. Dalam hal lingkungan, perusahaan mengadopsi praktik bisnis yang berkelanjutan. Menurut Haris dan purnomo (2016) bahwa Setiap perusahaan yang menerapkan CSR secara aktif mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dengan menerapkan kebijakan pengelolaan limbah yang efisien, menggunakan sumber daya secara bijaksana, dan berinvestasi dalam teknologi ramah lingkungan.

Dengan betul betul menerapkan sistem CSR yang baik pada perusahaan maka akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberlanjutan masyarakat serta lingkungan khususnya yang ada disekitaran perusahaan. Dengan begitu, maka perusahaan lebih nyaman dalam menjalankan bisnisnya karena didukung oleh lapisan masyarakat yang ada disekitaran perusahaan. Jadi dapat kita katakan bahwa dengan penerapan CSR yang optimal bukan hanya memberikan manfaat kepada masyarakat semata melainkan juga bagi kesinambungan bisnis perusahaan itu sendiri yakni mendapatkan citra perusahaan dimata masyarakat (Ardani & Wahyuni, 2020).

### b. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam sebagai konsep utama dalam konteks nilai-nilai syariah, menekankan prinsip-prinsip yang membantu pelaku ekonomi mencapai keseimbangan dan keadilan dengan tetap melihat dan mempertimbangkan sisi kehalalan dan keharaman (Ardi, 2015). Larangan eksploitasi lingkungan, penipuan, manipulasi, riba, maysir dan lain lain adalah komponen utama dalam ekonomi Islam dengan tujuan mencegah penyalahgunaan dan menjamin pembagian kekayaan yang adil. Konsep keadilan ini menggabungkan etika, moralitas, dan pemberdayaan masyarakat dengan melihat ekonomi secara keseluruhan. Maka tidak heran jika pembahasan corporate social responsibility dapat ditemukan dalam ekonomi islam (Siregar, 2015).

Pandangan ekonomi Islam tentang CSR adalah penerapan Maqasid al-syari'ah, yang berarti bahwa kegiatan bisnis berusaha untuk kemaslahatan masyarakat daripada hanya mengejar keuntungan finansial (Budianto & Dewi, 2023). Dalam ekonomi Islam, suatu entitas atau perusahaan yang menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR) diharapkan mematuhi prinsip-prinsip syariah dan berkontribusi positif pada lingkungan sekitar. CSR jika dilihat dari sudut ekonomi Islam, maka harus mampu untuk menciptakan pemberdayaan masyarakat (Saleh & Sihite, 2020) melalui lapangan kerja yang adil investasi dalam pendidikan dan pelatihan, dan partisipasi dalam kegiatan amal yang sesuai dengan prinsip Islam.

Dalam hal Corporate Social Responsibility (CSR) perspektif ekonomi Islam, para pelaku usaha atau pihak perusahaan diharuskan untuk tidak melakukan perbedaan secara tidak disengaja antara apa yang mereka katakan dan apa yang mereka lakukan dalam bisnis mereka. Mereka harus tepat waktu, tepat janji, mengakui dan mengakui kekurangan mereka, dan terus meningkatkan kualitas barang atau jasa. Mereka juga tidak boleh menipu atau berbohong (Rahmat, 2017). Pelaku usaha atau pihak perusahaan harus memiliki amanah dengan menunjukkan sikap yang transparan, jujur, dan memberikan pelayanan terbaik. Lebih jauh, penerapan CSR yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam Perusahaan tidak hanya berkonsentrasi pada bagaimana mendapatkan keuntungan finansial pada suatu perusahaan ( Cahyaningtiyas & Canggih), melainkan juga pada pembangunan masyarakat yang adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan syariah. Dengan melakukan CSR, mereka menciptakan sinergi antara ekonomi Islam dan CSR, yang bersama-sama membentuk fondasi untuk sistem ekonomi yang lebih baik dan bertahan lama.

### **3. Metodologi**

Metode penelitian meta-sintesis secara mendasar digunakan untuk menyediakan pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu permasalahan atau fenomena tertentu. Hasil yang didapatkan dari penggunaan metode meta-sintesis mencakup pengetahuan baru, baik dalam hal teori, metodologi, maupun analisis data (Edwards & Kaimal, 2016; Haddaway & Rytwinski, 2018). Meta-sintesis menjadi metode yang krusial, memberikan wawasan berharga dalam konteks penelitian kualitatif. Proses meta-sintesis melibatkan analisis kualitatif terhadap data dari berbagai penelitian yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu (Erwin, Brotherson, & Summers, 2011). Dalam metode ini, peneliti melakukan sintesis data dari sejumlah penelitian terdahulu yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan dengan topik yang sedang dibahas.

Metode penelitian meta-sintesis digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai suatu fenomena atau topik penelitian, sekaligus mengidentifikasi persamaan dan perbedaan antara hasil penelitian yang berbeda. Selain itu, metode ini dapat membantu peneliti dalam mengembangkan teori baru atau memperkuat teori yang sudah ada. Dalam konteks penelitian yang ini, fokus utama adalah mengumpulkan literatur yang terkait dengan Pelaksanaan corporate social responsibility pada perusahaan di Indonesia perspektif ekonomi Islam. Langkah selanjutnya adalah menggunakan pendekatan meta-sintesis dengan mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasi hasil-hasil penelitian yang telah dipilih untuk menjawab pertanyaan penelitian (Siswanto, 2010).

### **4. Hasil dan Pembahasan**

#### **a. Hasil**

Untuk mencapai hasil yang akurat dan melakukan pembahasan yang komprehensif, peneliti melakukan telaah dan kajian terhadap literatur penelitian sebelumnya yang memiliki relevansi dan keakuratan data. Pendekatan ini dijalankan dengan maksud untuk memberikan dasar yang kokoh dalam aspek akademis dan ilmiah, sehingga mampu memperkuat landasan teoritis penelitian ini. Dengan merujuk pada usaha pencarian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka beberapa penelitian yang dinilai relevan dengan pembahasan dalam artikel ini.

- 1) Shidiq, et. al (2019) dengan judul Strategi Tanggung Jawab Sosial Starbuck Dalam Mewujudkan Lingkungan Yang Berkelanjutan, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Sebagai green company, Starbuck mengambil peran krusial dalam pembangunan lingkungan yang berkelanjutan sebagai upaya tanggung jawab sosialnya melalui program CSR yang diintegrasikan dengan strategi marketing. Adapun program CSR tersebut dilakukan baik secara langsung kepada masyarakat, bermitra dengan lembaga sosial ataupun kepada konsumennya.
- 2) Hakim (2016) dengan judul Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Menjamin Hak-Hak Tenaga Kerja. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa untuk mewujudkan kesejahteraan tenaga kerja, selain pemenuhan, hak-hak yang telah disepakati didalam perjanjian kerja bersama, perusahaan juga memiliki kewajiban untuk melaksanakan CSR bagi tenaga kerja. Sebagai bentuk jaminan hukum terhadap hak-hak tenaga kerja. Sehingga apabila perusahaan, menerapkan CSR untuk tenaga kerja maka kesejahteraan yang didapat oleh pekerja/buruh dapat ditingkatkan sehingga menumbuhkan rasa kebanggaan dari segenap tenaga kerja perusahaan.
- 3) Suharyanti (2017) dengan judul Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility Dalam Meningkatkan Komitmen Organisasi Studi Kasus pada Sektor Industri Perbankan Indonesia (Inisial: PTBank XYZ, Tbk) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa memberikan kesejahteraan kepada karyawan PTBank XYZ, Tbk berupa aspek ekonomi adalah salah satu kunci untuk mempertahankan komitmen karyawan dalam perusahaan. Sedangkan kepercayaan organisasi di PTBank XYZ, Tbk dapat terbentuk apabila pimpinan bersikap lebih terbuka dalam berinteraksi dengan karyawan dalam arti pimpinan bersedia berdiskusi, menerima kritik dan masukan dari karyawan.
- 4) Nurjannah, & Nurnisya (2019) dengan judul penelitiannya Pelaksanaan Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Dan Komunikasi CSR. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bahwa pelaksanaan program CSR kedua perusahaan tersebut lebih banyak pada pemberdayaan masyarakat (community empowerment) dengan memberikan banyak workshop dan pendampingan dalam kebutuhan utama masyarakat di kesehatan, pendidikan, termasuk pemberian subsidi modal untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat penerima manfaat. Kedua perusahaan juga melakukan kegiatan komunikasi kepada masyarakat penerima manfaat program dengan komunikasi dua arah (two way communication) dialogis antar perusahaan dan masyarakat.
- 5) Mariani (2021) Dengan judul Implementasi Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ptpn Iii Terhadap Penyaluran Dana Corporate Social Responsibility (Csr) Kepada Masyarakat (Study Ptpn Iii Sei Daun Dlab-1 Kec. Torgamba) hasil penelitian menunjukkan bahwa PTPN III Sei Daun, perkebunan kelapa sawit di Torgamba, Labuhan Batu Selatan, memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun, kurangnya pengawasan pemerintah dan sanksi yang jelas bagi ketidakpatuhan. Program CSR perusahaan didanai oleh keuntungan tahun sebelumnya, namun mungkin terpengaruh oleh fluktuasi keuntungan. Perusahaan ini bermitra dengan bisnis dan komunitas lokal, namun beberapa mitra mungkin kesulitan melakukan pembayaran. Perusahaan tunduk pada pengawasan auditor internal dan eksternal, serta peraturan pemerintah.
- 6) Evans & Kartikaningdyah (2017) dengan judul penelitian pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat Corporate Social Responsibility (CSR) dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan non-finansial di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan analisis regresi, yang menghasilkan hasil campuran. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi

**Urgensi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Indonesia Perspektif....**

- pada literatur akuntansi dengan memberikan bukti bahwa tingkat CSR dalam laporan tahunan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan.
- 7) Asniwaty (2010) dengan Judul Evaluasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Pupuk Kaltim, hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil evaluasi pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh PT. Pupuk Kaltim kepada 5 Wilayah Kalimantan meliputi: Kantor Pusat Bontang, Kantor Cabang Kalimantan Timur, Cabang Kalimantan Selatan, Cabang Kalimantan Tengah, Cabang Kalimantan Barat. telah dilakukan dengan baik sebagai wujud tanggungjawabnya kepada masyarakat melalui tiga program yaitu penyaluran dana kemitraan, penyaluran dana hibah dan penyaluran dan bina lingkungan.
  - 8) Nurbaiti & Bambang (2017) dengan judul Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penyelenggaraan program CSR merupakan salah satu bentuk pengembangan masyarakat, dimana keberhasilan program tersebut antara lain bergantung pada keterlibatan aktif Masyarakat dalam setiap tahapan program CSR. Partisipasi, maka masyarakat akan merasa memiliki program tersebut, semakin tinggi tingkat partisipasi maka semakin besar pula rasa memiliki, tanggung jawab, dan kontribusi yang diberikan untuk mencapai tujuan dan keberhasilan program.

#### **b. Pembahasan**

Dari beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang telah disebutkan dalam konteks ini adalah langkah penting untuk memahami dan mengidentifikasi bagaimana Urgensi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan di Indonesia Perspektif Ekonomi Islam. Dalam berbagai sudut pandang yang tergambar dalam penelitian-penelitian ini, isu tersebut telah dianalisis dengan cermat dan kritis. Temuan-temuan ini menawarkan wawasan yang mendalam tentang pelaksanaan CSR pada perusahaan di Indonesia:

- 1) CSR memberikan kepastian kesejahteraan kepada karyawan perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang mengacu pada tanggung jawab social perusahaan dalam mewujudkan keadilan sosial dan menjaga kelestarian lingkungan. Di Indonesia, konsep CSR memungkinkan adanya integrasi inisiatif pemerintah dan nirlaba. Pemerintah Indonesia menetapkan hukum dan aturan yang berkaitan dengan CSR, khususnya yang berkaitan dengan hak-hak karyawan dan perlanggeng, serta perlindungannya lingkungan (Kusuma, 2018).

Dalam konteks memberikan kepastian kepada karyawan perusahaan, kerangka kerja CSR dan inisiatif pemerintah melalui kebijakan manajemen resiko bisnis termasuk pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam hal ini, kebijakan manajemen resiko harus menjamin kelangsungan dan keamanan kerja karyawan termasuk keselamatan pribadinya (Fitrianggraeni, Avianti & Purnama, 2023). Hal ini menunjukkan pentingnya keterlibatan CSR untuk mengurangi resiko bisnis terhadap masyarakat umum dan karyawan. Aspek ini mencerminkan tanggung jawab social perusahaan dan kebutuhan untuk memperhatikan kesejahteraan pekerja.

Secara singkat, CSR di Indonesia merupakan kombinasi kebijakan pemerintah dan perusahaan yang bertujuan untuk menjaga kesejahteraan masyarakat terutama karyawan. Pendekatan CSR mandiri dan kerangka kerja yang lebih baik dapat membantu mengatasi tantangan dan meningkatkan penerapan CSR untuk mencapai tujuan kelangsungan dan perkembangan sustainabilitas dan pembangunan di Indonesia (Lindawati & Puspita, 2015).

- 2) CSR berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan masyarakat melalui berbagai kegiatan dan program yang dilakukan oleh dunia usaha (Zulfitri, 2011). Salah satu contoh kegiatan CSR yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah program pembangunan ekonomi. Program tersebut akan dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) bagi masyarakat sekitar, termasuk pemilik usaha. Meningkatkan keterampilan dan kemampuan ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi kemiskinan (Pranoto & Yusuf, 2014). Perusahaan juga dapat melakukan program pemberdayaan lingkungan, seperti program pengelolaan sampah dan penghijauan. Program ini dapat membantu meningkatkan kualitas lingkungan dan kesehatan masyarakat sekitar, serta memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan masyarakat (Lindawati & Puspita, 2015).

Program kesehatan dan keselamatan juga dapat menjadi bagian dari CSR yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perusahaan dapat memberikan akses kesehatan dan pendidikan kepada warga sekitar dan masyarakat umum melalui program seperti vaksinasi, pendidikan kesehatan, dan pelatihan di tempat kerja (Zulfitri, 2011). Selain itu, perusahaan juga dapat melaksanakan program pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan pengetahuan masyarakat sekitar. Program ini dapat membantu meningkatkan kualitas hidup manusia dan menciptakan kesempatan kerja yang lebih bermanfaat bagi masyarakat umum.

Dalam jangka panjang, inisiatif CSR yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, serta memberikan manfaat langsung bagi dunia usaha. Sehingga, bisnis harus memperkuat upaya CSR mereka untuk meningkatkan keselamatan karyawan dan lingkungan (Pranoto & Yusuf, 2014).

### 3) CSR menjamin kelestarian lingkungan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang menggambarkan tanggung jawab perusahaan dalam menjalankan operasional ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pelatihan CSR dapat membantu memastikan lingkungan yang sehat. Menurut Feronika, Silva, dan Raharjo (2020), CSR dapat dilaksanakan melalui beberapa pilar, seperti menata ulang lingkungan kerja, memantau kinerja, mengatasi masalah lingkungan, dan berinvestasi pada tujuan sosial. Pengembangan CSR juga dapat membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

CSR juga dapat membantu bisnis meningkatkan reputasi mereka. Taufiqurrahman (2010) menjelaskan bahwa banyak dunia usaha yang mengalihkan fokusnya dari memaksimalkan keuntungan ke isu sosial dan lingkungan. Pelatihan CSR dapat membantu dunia usaha mendapatkan kepercayaan masyarakat dan meningkatkan reputasinya. Feronika, Silva, dan Raharjo (2020) juga menyatakan bahwa pelatihan CSR dapat membantu perusahaan membangun reputasi positif dan mendapatkan kepercayaan. Dalam jangka panjang, pelatihan CSR dapat membantu memastikan kelestarian lingkungan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan meningkatkan reputasi perusahaan.

Dalam konteks ini, CSR berpotensi menjadi alat penting untuk memajukan tujuan ekonomi Islam. Melalui pelaksanaan CSR, perusahaan berharap dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, sesuai dengan prinsip ekonomi syariah (Nalini, 2023).

## 5. Kesimpulan

Di era globalisasi saat ini, dunia usaha di Indonesia semakin fokus pada kebutuhan untuk tidak hanya memperoleh keuntungan secara ekonomi, namun juga memberikan **Urgensi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Di Indonesia Perspektif....**

kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu metode untuk mencapai tujuan ini. CSR di Indonesia telah berkembang dari tanggung jawab filantropi menjadi konsep holistik yang membantu dunia usaha di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan, kelestarian lingkungan, dan pengembangan masyarakat.

Perusahaan yang menerapkan CSR secara efektif dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggannya, meningkatkan kredibilitas dan reputasi perusahaannya, serta meningkatkan kemampuannya untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Dalam konteks ekonomi Islam, CSR lebih dari sekedar tanggung jawab sosial, namun merupakan keharusan yang harus dipenuhi dengan prinsip moral dan bisnis. Penerapan CSR dalam ekonomi Islam merupakan komponen penting dari komitmen perusahaan untuk memberikan dampak positif jangka panjang.

### Reference

- Anatan, L. (2007). *Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia*. Universitas Kristen Maranatha.
- Ambarini, N. S. B. (2010). Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai instrumen hukum ekonomi di era globalisasi. *Jurnal Dinamika Hukum*, 10(3), 308-318.
- Asniwaty, B. (2010). Evaluasi Pelaksanaan Corporate Social Responsibility CSR PT. Pupuk Kaltim. *Jurnal Eksis*, 6(1), 1267-1273.
- Ariefianto, L. (2015). Program corporate social responsibility (CSR) PT Semen Indonesia Tbk dan dampaknya terhadap keberdayaan masyarakat. *Pancaran Pendidikan*, 4(2), 115-134.
- Ardani, N. K. S., & Mahyuni, L. P. (2020). Penerapan corporate social responsibility (CSR) dan manfaatnya bagi perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(1), 12-23.
- Ardi, M. (2015). Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam. *Syariah*, 1(3).
- Budianto, E. W. H., & Dewi, N. D. T. (2023). Pemetaan topik penelitian seputar Corporate Social Responsibility (CSR) pada perbankan syariah dan konvensional. studi bibliometrik VOSviewer dan literature review.
- Cahyaningtyas, E., & Canggih, C. (2020). Islamic corporate responsibility dan kinerja keuangan pada bank umum syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 3(2), 72-81.
- Daniri, M. A. (2008). Standarisasi tanggung jawab sosial perusahaan. *Indonesia: Kadin Indonesia*, 2(1), 1-36.
- Edwards, J., & Kaimal, G. (2016). Using Meta-Synthesis to Support Application of Qualitative Methods Findings in Practice: A Discussion of Meta-Ethnography, Narrative Synthesis, and Critical Interpretive Synthesis. *The Arts in Psychotherapy*, 51.
- Erwin, E. J., Brotherson, M. J., & Summers, J. A. (2011). Understanding Qualitative Metasynthesis, Issues and Opportunities in Early Childhood Intervention Research. *Journal of Early Intervention*, 33(3), 186-200
- Fitrianggraeni, S., Avianti, F.N., & Sri Purnama, S. (2023). *Redefining Corporate (Social) Responsibility: The Indonesian Perspective in Indonesia*.

- Gumilar, S., APSARI, N. C., RAHARJO, S. T., & Wibhawa, B. (2018). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Kesehatan Anak Balita (Kasus Pada Csr Pt. Pertamina Tbbm Bandung Group). *Share: Social Work Journal*, 8(2), 225-234.
- Haris, A. M., & Purnomo, E. P. (2016). Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) PT. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan. *Journal of Governance and Public Policy*, 3(2), 203-225.
- Haddaway, N. R., & Rytwinski, T. (2018). Meta-Analysis is Not an Exact Science: Call for Guidance on Quantitative Synthesis Decisions. *Environment International*, 114, 357-359
- Hakim, D. A. (2016). Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility Sebagai Upaya Menjamin Hak-Hak Tenaga Kerja. *Fiat Justisia: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(4), 623-646.
- Haliwela, N. S. (2011). Tinjauan Hukum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/Csr). *Jurnal Sasi Vol*, 17(4).
- Herlina, Y., Oktavia, D. A., & Elvawati, E. (2014). Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Vizi Utama Mandiri (Vum) Di Jorong Sungai Kunyit, Kab. Solok Selatan. *Jurnal Ilmu Sosial Mamangan*, 3(1), 10-17.
- Kusuma, M. W. (2018). *Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices in Indonesia*.
- Lara, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Sains Akuntansi Dan Keuangan*, 1(3), 180-188.
- Lindawati, A. & Puspita, M.E. (2015). Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimacy Gap dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6(1), 1-13.
- Mariani, A. (2021). Implementasi Pelaksanaan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ptpn Iii Terhadap Penyaluran Dana Corporate Social Responsibility (Csr) Kepada Masyarakat (Study Ptpn Iii Sei Daun Dlab-1 Kec. Torgamba). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum [JIMHUM]*, 1(4).
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate social responsibility (CSR): Tinjauan teori dan praktek di Indonesia. *Jurnal aplikasi bisnis*, 2(2), 49-59.
- Nalini, S. N. L. (2023). Penerapan CSR (Corporate Social Responsibility) Berbasis Ekonomi Islam: Studi Kasus pada UMKM Pasar Besar Ngawi. (Electronic theses)
- Nurjanah, A., & Nurnisya, F. Y. (2019). Pelaksanaan program Corporate Sosial Responsibility (CSR) dan komunikasi CSR. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 93-107.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik corporate social responsibility (csr) di Indonesia. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61-66.
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017, October). Faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR). *In Proceeding Biology Education Conference (Vol. 14, No. 1, pp. 224-228)*.
- Pranoto, A.R., & Yusuf, D. (2014). Program CSR Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Menuju Kemandirian Ekonomi Pasca Tambang di Desa Sarijaya. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 18(1), 1-96.

- Probosiwi, R. (2016). Tanggung jawab sosial perusahaan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat (corporate social responsibility in public welfare enhancement). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(2).
- Putra, P. D., Nasir, M., & Rozaini, N. (2018). Peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pendidikan, pemberdayaan ekonomi, peningkatan sarana dan prasarana serta kesehatan di kota gunung sitoli: implementasi corporate social responsibility (CSR) pt. Pertamina (persero) marketing operating region (mor) i-terminal bahan bakar minyak (tbbm) gunung sitoli. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(3), 776-786.
- Rahmadani, R., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2018). Fungsi corporate social responsibility (CSR) dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. *Share: Social Work Journal*, 8(2), 203-210.
- Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 98-113.
- Saleh, A., & Sihite, M. (2020). Strategi komunikasi untuk program corporate social responsibility dalam pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 98-105.
- Shidiq, A. F., Purnama, F. H., Raharjo, S. T., & Humaedi, S. (2019). Strategi tanggung jawab sosial Starbuck dalam mewujudkan lingkungan yang berkelanjutan. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(3), 192-201.
- Suharyanti, S. (2018). Urgensi Penerapan Corporate Social Responsibility dalam Meningkatkan Komitmen Organisasi Studi Kasus pada Sektor Industri Perbankan Indonesia (Inisial: Ptbank Xyz, Tbk). *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 7(2), 106-130.
- Siregar, B. G. (2016). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam pandangan Islam. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 135-150.
- Siswanto. (2010). Systematic Review sebagai Metode Penelitian untuk Mensintesis Hasil-Hasil Penelitian (Sebuah Pengantar). *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan* 13(4), 326-333.
- Taufiqurrohman. (2008). *Konsep dan Kajian Ilmu Perencanaan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Zulfitri. (2011). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Melalui Program Pusat Pelatihan Dan Pemberdayaan Masyarakat PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk*. UIN Syarif Hidayatullah.