

IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus PT. Kimia Farma, Tbk)

Ahmad Very Fadli¹⁾, Yuliani²⁾

^{1,2)}Fakultas Pascasarjana, Institut Agama Islam Negeri Kediri

email: ahmadveryfadli@gmail.com¹⁾

yuliani@iainkediri.ac.id²⁾

ABSTRACT

Purpose: *This study aims to find out the implementation of the program Corporate social responsibility by the company which is exemplified by PT Kimia Farma and how to implement the program from an Islamic point of view.*

Design/methodology/approach: *This study uses a qualitative method with the type of literature review or library research. The sample of this research is Corporate social responsibility conducted by PT Kimia Farma .Tbk which is quoted from the annual report of PT Kimia Farma .Tbk which is then reviewed and viewed from an Islamic perspective.*

Findings: *CSR activities can ultimately improve the standard of living and provide benefits for the company itself, the surrounding community, and the general public. Various CSR consists of economic responsibility, legal responsibility, ethical responsibility, and charitable responsibility. As exemplified in the case study by the implementation of Corporate Social Responsibility by PT Kimia Farma*

Research implications: *The results of this study are expected to contribute to the literature on companies by providing an illustration that CSR activities and views from an Islamic perspective are equally important business strategies in creating a superior sustainable future for companies that will have an impact on the social environment not only physically. but also the trust of local communities and stakeholders based on voluntary principles.*

Keywords: *Corporate social responsibility; Islamic perspective; implementation*

ABSTRAK

Tujuan Penelitian: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui implementasi dari program *Corporate social responsibility* (CSR) oleh perusahaan yang dicontohkan dari PT Kimia Farma dan bagaimana implementasi program tersebut dari sudut pandang Islam

Desai/Metodologi/Pendekatan Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian dengan metode kualitatif dengan jenis penelitian *Library Research* atau kajian pustaka. Sampel penelitian ini adalah *Corporate social responsibility* yang dilakukan oleh PT Kimia Farma .Tbk yang dikutip dari laporan tahunan PT Kimia Farma .Tbk kemudian di telaah dan ditinjau dari Perspektif Islam.

Hasil Penelitian: Kegiatan *Corporate Social Responsibility* memiliki dampak positif selain bagi perusahaan sendiri tetapi juga masyarakat baik masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat umum, baik dari kegiatan yang bersifat tanggung jawab etis, tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum dan tanggung jawab amal. Sebagaimana dicontohkan pada studi kasus oleh penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh PT Kimia Farma

Implikasi Hasil Penelitian: Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi literature yang memberikan kontribusi pada perusahaan dengan memberikan gambaran bahwa kegiatan CSR dan pandangan dari perspektif Islam adalah strategi bisnis yang sama pentingnya dalam menciptakan masa depan unggul yang berkelanjutan bagi perusahaan yang akan berdampak bagi lingkungan social tidak hanya secara finansial tetapi juga kepercayaan masyarakat setempat dan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip sukarela.

Kata Kunci: *Corporate social responsibility; Islamic perspective; implementasi*

E-Journal Al-Dzahab
Vol. 3, No.1
Maret 2022
Hal. 50-60

p-ISSN: 2808-7631
e-ISSN: 2808-7585

PENDAHULAN

Pada dasarnya, semua perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya dalam bermacam bentuk dan setiap perusahaan menerapkan CSR dalam beberapa cara. Karena pada dasarnya bisnis sepenuhnya bergantung pada masyarakat karena hanya dapat berkembang dalam masyarakat di mana individu tidak dapat menghasilkan semua kebutuhan dan keinginannya sendiri. Masyarakat yang stabil dan terorganisir dengan baik merupakan faktor penting yang memungkinkan seseorang untuk terlibat dalam bisnis. Oleh karena itu perlu adanya pembangunan komunitas bisnis yang baik, dengan tujuan untuk menunjukkan kepedulian kepada masyarakat yang menopang lingkungan yang ideal bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis dan mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, apabila bisnis perusahaan ingin tetap bertahan dalam jangka panjang, bisnis harus sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan masyarakat.

Menurut Devirahtiasari (2018) *Corporate Social Responsibility* memiliki konsep bahwa perusahaan selain berorientasi pada profit tetapi juga memiliki kewajiban untuk menjaga hubungan baik dan keharmonisan dengan stakeholders. Maqasid Syariah memiliki tujuan mengkedepankan kemaslahatan, sehingga kegiatan bisnis adalah bentuk upaya untuk menciptakan kemaslahatan, tidak hanya sekedar mencari keuntungan. Kegiatan CSR itu dapat berperan dalam meningkatkan taraf hidup serta memberikan manfaat bagi perusahaan maupun masyarakat sekitar. Berbagai CSR terdiri dari tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum, tanggung jawab etis, dan tanggung jawab amal.

Sedangkan dalam Jusoh (2015) menyatakan dalam pandangan Islam CSR dianggap sebagai hal yang wajib, unsur tanggung jawab sosial dalam CSR merupakan unsur yang fundamental dalam pandangan Islam. Tanggung jawab suatu institusi atau perusahaan dalam hal ini meliputi pelaksanaan program dan inisiatif CSR. Tanggung jawab sosial perusahaan sama halnya dengan tanggung jawab perorangan, karena pada dasarnya perusahaan merupakan organisasi manusia. Oleh karena itu setiap individu yang menjalankan perusahaan atau perusahaan itu sendiri merupakan badan hukum yang diakui Islam yang memiliki tanggung jawab sosial (CSR).

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada literatur kepada perusahaan dengan memberikan gambaran dari program CSR dalam perspektif Islam sebagai strategi bisnis yang sangat penting dalam menciptakan masa depan yang berkelanjutan bagi perusahaan yang akan berdampak bagi lingkungan sosial tidak hanya secara finansial tetapi juga kepercayaan masyarakat setempat dan pemangku kepentingan berdasarkan prinsip

sukarela. *Corporate social responsibility* (CSR) juga menjadi indikator penilaian keberhasilan suatu perusahaan baik bagi perusahaan nasional maupun multi nasional.

Teori tentang tanggung jawab sosial ada di ajaran berbagai agama dan filsafat dunia. agama Islam mengatur dalam segala macam aspek kehidupan yang mana masih terdapat hubungan dengan praktik *Corporate social responsibility* (CSR). Islam dianggap sebagai *ad-deen*, yang artinya ajaran agama Islam mencakup semua aspek kehidupan seorang Muslim, termasuk didalamnya terdapat unsur yang berkaitan dengan *Corporate social responsibility* (CSR). Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk membahas implementasi *Corporate social responsibility* (CSR) dari perspektif Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian dengan metode kualitatif dengan jenis penelitian *Library Research* atau kajian pustaka. Penelitian *Library Research* atau kajian pustaka adalah suatu penelitian yang mengkaji atau meneliti berbagai hal dengan bersumber dari buku, karya ilmiah, maupun tulisan yang relevan dari berbagai macam media (Ariasdi, 2017). Penelitian kajian pustaka memiliki unsur yang harus dimiliki antara lain analisis deskriptif, analisis kritis dan analisis komparatif (Nurkamto, 2020).

Penelitian ini menggunakan teknik pengutipan tidak langsung. Pengutipan tidak langsung yaitu salah satu teknik pengutipan yang dilakukan dengan cara mengutip pendapat atau tulisan orang lain kemudian ditambahkan maupun dikurangi redaksinya maupun mengganti redaksinya dengan redaksi baru tanpa mengubah isi dan makna redaksi sebenarnya (Ariasdi, 2017).

Penelitian ini menggunakan sampel data *Corporate social responsibility* PT Kimia Farma Tbk data ini bersumber dari laporan tahunan PT Kimia Farma Tbk. periode 2020. Kemudian dari data tersebut dianalisis secara kritis dengan perspektif Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Definisi CSR

CSR merupakan tindakan yang dibentuk untuk memperluas jaringan melebihi kepentingan ekonomi suatu perusahaan. Perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya berdasarkan dana yang dikelola perusahaan (Devirahtiasari, 2018).

Kewajiban untuk melaksanakan CSR oleh setiap perusahaan diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 Tentang Perseroan yang

mengamanatkan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan dan bermanfaat bagi perseroan tersebut, komunitas setempat, maupun masyarakat (Zaidi, H, 2016)

CSR (*Corporate social responsibility*) memiliki terdiri dari lima unsur antara lain yang pertama hubungan yang manusiawi dengan pekerja, kedua Tanggung jawab terhadap Hak Asasi Manusi, ketiga perlindungan terhadap lingkungan, ke empat pembangunan komunitas, kelima kegiatan produksi yang bersih (Lahuri, 2013). Sedangkan BSN (Badan Standardisasi Nasional) memiliki parameternya sendiri yang disebut ISO 26000 yang terdiri tujuh aspek yang antara lain pertama, aspek lingkungan, kedua aspek HAM, ketiga aspek tenaga kerja, keempat aspek tata kelola, kelima isu konsumen, keenam aspek pelibatan masyarakat, ketujuh aspek keadilan dalam pelaksanaan bisnis (Lahuri, 2013).

Secara umum CSR (*Corporate social responsibility*) dapat dikelompokkan menjadi dua teori dasar antara lain sebagai berikut (Devirahtiasari, 2018):

a. Teori Pemangku kepentingan

Pelaksanaan CSR perusahaan merupakan suatu media komunikasi bagi para pemangku kepentingan. CSR (*Corporate social responsibility*) dalam pelaksanaannya merupakan peran dan tanggung jawab bagi perusahaan terhadap stakeholders sehingga perusahaan akan secara sukarela melaksanakan CSR. Jika teori ini diterapkan, maka perusahaan akan memiliki motivasi dalam melaksanakan CSR (*Corporate social responsibility*) sebaik mungkin dan memberikan laporan dengan harapan, hubungan antara pemangku kepentingan dengan perusahaan akan senantiasa harmonis.

b. Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan tujuan utama pararel tindakan yang diambil oleh suatu perusahaan yang berlandaskan norma, artinya CSR dikembangkan dengan asas nilai dan keyakinan sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak terlepas dari hubungan dalam masyarakat dalam membuat persetujuan dalam merumuskan kebijakan. Dengan demikian, tanggung jawab sosial yang akan diterapkan oleh perusahaan haruslah sesuai dengan aturan dan norma-norma yang berlaku dalam lingkungan masyarakat.

2. CSR dalam Islam

penerapan tanggung jawab sosial oleh umat Islam dihargai dalam Islam karena sebagian besar dari mereka jatuh di bawah konsep "amar ma'ruf dan munkar" dan pekerjaan sosial bermanfaat yang dianggap ibadah, setelah umat Islam menerapkan inisiatif tanggung jawab sosial yang dapat dipertimbangkan ibadah, mereka secara bersamaan telah melakukan perbuatan baik ('amal salih). Perbuatan baik berarti segala sesuatu yang dilakukan untuk tujuan yang baik, dan bertindak sesuai dengan ridha dan keridhaan Allah dengan niat untuk mendapatkan ridha Allah. Allah berfirman bahwa orang-orang yang berbuat kebaikan adalah sebaik-baik makhluk (Wan Jusoh, W. N. H, 2015).

Islam memandang CSR sebagai bentuk upaya mewujudkan keadilan social dalam proses untuk pencapaian al-falah (kesejahteraan manusia). Al-falah adalah tujuan dari sistem sosial Islam, yang mengkedepankan urusan keadilan social dan ekonomi, serta keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual semua manusia. Juga perlu untuk melestarikan dan memperkaya iman, kecerdasan hidup, keturunan dan kekayaan (Wan Jusoh, W. N. H, 2015). *Corporate social responsibility* (CSR) dalam islam berbeda halnya dengan *Corporate social responsibility* (CSR) secara universal yang mana CSR dalam islam menekankan akhlak dalam setiap kegiatan maupun proses bisnis sedangkan CSR secara universal lebih kepada sebuah *filantropi* (Siregar, 2016).

Dari sisi fiqh sosial atau fiqh yang berlandaskan hubungan antar individu maupun kelompok, CSR (*Corporate social responsibility*) haruslah berfungsi sebagai media untuk menyelesaikan permasalahan sosial seperti yang berkaitan dengan pendidikan, kesehatan, ekonomi, lingkungan hidup, budaya maupun politik (Santoso, 2016). Sedangkan dari aspek masalah mursalah, CSR (*Corporate social responsibility*) yang dilakukan oleh perusahaan memiliki dampak baik terhadap lingkungan sosial sekitar yang mana hal ini sesuai dengan prinsip masalah mursalah yang mengkedepankan aspek pemenuhan kebutuhan primer manusia (Hendar, J, 2013).

Menurut Muhammad Djakfar dalam (Darmawatri, 2014) CSR (*Corporate social responsibility*) dalam islam terdapat unsur antara lain yang pertama *Al Adl* yang mana dalam hubungan bisnis tidak boleh terdapat unsur kezaliman dan harus terpenuhinya keadilan yang mana teraplikasikan dalam kontrak perjanjian bisnis maupun hubungan usahanya, kedua *Al Ihsan* dalam CSR dapat diwujudkan sebagai bentuk sikap, perilaku maupun niat transaksi yang baik, dan berupaya memberikan yang terbaik terhadap *stakeholders*, ketiga adalah manfaat yang mana CSR ini hendaknya dapat bermanfaat

baik bagi lingkungan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, keempat Amanah dalam penerapan *Corporate social responsibility* perusahaan hendaknya bersifat amanah yang mana *Corporate social responsibility* dilaksanakan dan dilaporkan secara jujur dan transparan kepada pihak yang berhak.

Kebijakan perusahaan dalam hal penerapan CSR (*Corporate social responsibility*) apabila dilihat dari perspektif Islam dapat dikelompokkan menjadi 3 antara lain sebagai berikut (Pramiana, 2018):

- a. CSR (*Corporate social responsibility*) terhadap *stakeholder* dan internal perusahaan

Artinya CSR (*Corporate social responsibility*) berperan sebagai bentuk Islam dalam memberikan hubungan kemitraan bisnis yang baik antar lingkungan bisnis yang saling menguntungkan mulai dari pihak internal hingga eksternal perusahaan.

- b. CSR (*Corporate social responsibility*) kepada lingkungan alam

Artinya CSR (*Corporate social responsibility*) memiliki peran dalam kelestarian lingkungan mulai dari abiotik hingga lingkungan biotik.

- c. CSR (*Corporate social responsibility*) terhadap lingkungan social dan kesejahteraan masyarakat.

Artinya CSR (*Corporate social responsibility*) berperan dalam memberikan kesejahteraan kepada lingkungan social dalam masyarakat. Hal ini merupakan cerminan islam yang menjunjung tinggi hubungan social dan menghimbau umatnya agar selalu dermawan.

Oleh karena itu perusahaan ataupun pelaku usaha haruslah memiliki etika dan moral yang baik. Sehingga perusahaan tidak akan melakukan kegiatan yang lalai yang dapat membahayakan masyarakat, konsumen, maupun perusahaan itu sendiri (Rahmat, B. Z, 2017).

3. Studi Kasus

Dalam studi kasus ini akan dijelaskan mengenai penerapan CSR (*Corporate social responsibility*) yang diterapkan oleh PT Kimia Farma Tbk yang antara lain kegiatan CSR (*Corporate social responsibility*)nya sebagai berikut:

- a. Program Bina Lingkungan

Program Bina Lingkungan adalah program pemberdayaan masyarakat yang memiliki tujuan sejalan dengan program pemerintah menciptakan pemerataan kelayakan hidup untuk masyarakat.

Terdapat tujuh sektor program Bina Lingkungan antara lain yaitu sektor bencana alam dan nonalam, pendidikan, kesehatan, pelestarian alam, pengentasan kemiskinan, sarana ibadah, pengembangan sarana dan prasarana umum,

b. Beasiswa Sosial Project Camp.

Program ini bentuk beasiswa yang ditujukan kepada mahasiswa kurang mampu yang terpilih. Program ini memberikan dana pendidikan serta dana bantuan untuk kegiatan sosial serta pelatihan-pelatihan kepada penerima beasiswa

c. Kimia Farma Berbagi

Program ini adalah bentuk kegiatan kimia farma pada bulan Ramadhan/Idul Fitri yang dilakukan di 7 daerah di Indonesia antara lain Medan, Banjarn, Bandung, Subang, Watukadon, Semarang, Banjarn, dan Jabodetabek. Bantuan dikirimkan di yayasan, Masjid, dan Panti dengan total 1600 paket sembako dan kelengkapan pencegah Covid 19 seperti *hand sanitizer* dan masker.

d. Bantuan Renovasi Rumah Pensiunan dan Karyawan

Program ini adalah wujud kepedulian dari perusahaan kepada pensiunan dan karyawan dari perusahaan Kimia Farma yang telah berkontribusi terhadap perusahaan.

e. Klinik Apung

Program ini adalah salah satu program kesehatan kimia farma yang ditujukan pada masyarakat Indonesia khususnya pada masyarakat daerah Lombok dan Kepulauan seribu, program ini berfokus pada gizi, *stunting*, ibu hamil dan menyusui.

f. Bidan Inspiratif

Program ini adalah program pembinaan dan dukungan terhadap para bidan yang inspiratif dan merealisasikan ide-ide inspiratif mereka. Program ini sebagai bentuk apresiasi terhadap para bidan yang berjasa dalam upaya menjaga kesehatan ibu dan anak.

g. Bina Desa Kimia Farma

Program ini bertujuan untuk memajukan desa-desa yang potensial agar lebih maju, memiliki daya saing, dan mandiri. Program ini merupakan komitmen dalam mensukseskan program pembangunan berkelanjutan oleh pemerintah. Program ini

memberikan motivasi, pembinaan, dan strategi dalam pengembangan usaha masyarakat agar lebih maju.

h. *UMKM Academy*

Program ini merupakan program daring yang memberikan pelatihan pengembangan usaha dari UMKM binaan dari PT Kimiafarma yang memiliki tujuan untuk menjadikan UMKM yang memiliki daya saing dan memiliki kemandirian.

i. Saluran Pengaduan Bidang Pengembangan Sosial Kemasyarakatan

Program ini memberikan masyarakat fasilitas untuk menyampaikan keluhan atau laporan mengenai penyimpangan maupun pelanggaran dalam setiap pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* di bidang kemsyarakatan.

Realisasi dari program *Corporate social responsibility* selama 2020 tercatat sesuai dengan perencanaan dan tujuan perusahaan tersebut yang bertujuan menselaraskan dengan program pembangunan berkelanjutan oleh pemerintah. penyaluran dana program *Corporate social responsibility* (CSR) kimia farma tercatat sebesar Rp4.549.634.753 atau 77,64% dari RKA 2020 yaitu sebesar Rp5.860.000.000 yang dilaksanakan sesuai dengan program CSR (*Corporate social responsibility*) PT kimia fama (Kimiafarma, 2020).

4. Diskusi

PT Kimia Farma adalah salah satu perusahaan yang merupakan bagian dari BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mana dipandang masyarakat harus membuktikan kapasitasnya dan memberikan contoh kepada masyarakat dan perusahaan lain bagaimana kontribusinya terhadap bangsa dan negara. Penerapan program *Corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan PT kimia farma menunjukkan bahwa implementasi CSR perusahaan tidak hanya harus dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan tetapi sebagai wujud kepedulian terhadap stakeholders dan lingkungan. Meskipun PT Kimia Farma bukan perusahaan yang berorientasi Islam, tetapi dalam implementasi *Corporate social responsibility* (CSR) dari perusahaan ini dapat dikatakan memenuhi unsur-unsur Islam didalamnya.

Pada dasarnya teori perusahaan Islam menempatkan Allah sebagai pemangku kepentingan sentral. Dengan demikian, dalam melakukan kegiatan CSR niat perusahaan selalu dilandasi dan dimotivasi oleh keyakinannya, tidak hanya untuk menciptakan kesejahteraan sosial tetapi juga sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT

(Devirahtiasari, 2018). maka, setiap institusi atau perusahaan yang melakukan kegiatan Tanggung jawab social atau CSR harus mempertanggungjawabkannya terlebih dahulu kepada Allah agar mendapatkan ridho-Nya. Jika perusahaan melakukan CSR dengan tujuan memberikan kesejahteraan sosial kepada Bupati sesuai dengan kepentingannya dengan niat mengabdikan kepada Allah SWT untuk mendapatkan ridho-Nya, maka pelaksanaan CSR didasarkan pada konsep Ihsan. Melaksanakan CSR dengan konsep ihsan bermanfaat bagi semua karena semua proses dilandasi niat baik untuk melakukan sesuatu yang baik dan pada akhirnya akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan yang terdiri dari ekonomi syariah, mental, dan spiritual. Konsep ihsan diharapkan dapat mendorong implementasi CSR yang lebih baik di perusahaan. Oleh karena itu, konsep ihsan dalam CSR tidak hanya untuk meningkatkan reputasi perusahaan tetapi juga sebagai ibadah kepada Allah SWT.

Dalam Islam CSR (*Corporate social responsibility*) terdapat empat unsur antara lain *Al Ihsan*, *AL Adl*, amanah, dan manfaat. Dari studi kasus penerapan CSR (*Corporate social responsibility*) oleh PT Kimia Farma dapat disimpulkan memenuhi empat unsur islami tersebut

yang pertama *AL Adl* yang mana dalam hubungan bisnis tidak boleh terdapat unsur kezaliman dan harus terpenuhinya keadilan yang mana teraplikasikan dalam kontrak perjanjian bisnis maupun hubungan usahanya, hal ini tercermin dari program CSRnya antara lain dari Bantuan Renovasi Rumah Karyawan dan Pensiunan hal ini menunjukkan bentuk berperilaku adil terhadap pensiunan maupun karyawan dari PT Kimia Farma.

kedua *Al Ihsan* dalam CSR dapat diwujudkan sebagai bentuk sikap, perilaku maupun niat transaksi yang baik, dan berupaya memberikan yang terbaik terhadap *stakeholder*. Hal ini tercermin dari program CSR PT Kimia Farma dari program Saluran Pengaduan Bidang Pengembangan Sosial Kemasyarakatan

ketiga adalah manfaat yang mana CSR ini hendaknya dapat bermanfaat baik bagi lingkungan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan, hal ini dapat tercermin dari program-program CSR PT Kimia Farma Tbk mulai dari program bina lingkungan hingga program saluran pengaduan bidang social kemasyarakatan.

keempat Amanah dalam penerapan *Corporate social responsibility* perusahaan hendaknya bersifat amanah yang mana *Corporate social responsibility* dilaksanakan dan dilaporkan secara jujur dan transparan kepada pihak yang berhak. hal ini tercermin dari laporan akhir perusahaan yang mana menunjukkan berapa jumlah dana social dan

efektifitas program CSR (*Corporate social responsibility*) serta apabila terdapat keluhan dari masyarakat mengenai penyimpangan terhadap program tersebut menyediakan fasilitas saluran pengaduan.

SIMPULAN

Corporate Social Responsibility memiliki konsep bahwa perusahaan selain berorientasi pada profit tetapi juga memiliki kewajiban untuk menjaga hubungan baik dan keharmonisan dengan stakeholders. Islam memiliki unsur maqasid al-Syariah yang mana mengkedepankan kemaslahatan umat sehingga dalam kegiatan bisnisnya berupaya untuk menciptakan kemaslahatan umat dan bukan hanya berorientasi pada profit. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* memiliki dampak positif selain bagi perusahaan sendiri tetapi juga masyarakat baik masyarakat sekitar perusahaan maupun masyarakat umum, baik dari kegiatan yang bersifat tanggung jawab etis, tanggung jawab ekonomi, tanggung jawab hukum dan tanggung jawab amal. Sebagaimana dicontohkan pada studi kasus oleh penerapan *Corporate Social Responsibility* oleh PT Kimia Farma yang menunjukkan bagaimana suatu perusahaan berusaha memberikan tanggung jawab sosialnya semaksimal mungkin dengan mengacu kepada standard BSN (Badan Standardisasi Nasional) yaitu ISO 26000 yang terdiri tujuh aspek yang antara lain pertama, aspek lingkungan, kedua aspek HAM, ketiga aspek tenaga kerja, keempat aspek tata kelola, kelima isu konsumen, keenam aspek pelibatan masyarakat, ketujuh aspek keadilan dalam pelaksanaan bisnis dan juga berorientasi kepada program pembangunan berkelanjutan oleh pemerintah yang disisi lain juga terdapat unsur Islami dimana mengutamakan kemaslahatan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Asriadi. (2017). Masalah Kelangkaan Dalam Kerangka Ekonomi Islam. *Jurnal Iqtisaduna*.
- Darmawati. (2014). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF ISLAM. MAZAHIB
- Devirahtiasari, Fitriarahmasari, R., & Fadah, I. (2018). Csr in islamic perspective. *International Journal of Scientific and Technology Research*.
- Hendar, J. (2013). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) Dalam Perspektif Hukum Islam. *Syiar Hukum : Jurnal Ilmu Hukum*.
- Lahuri, S. bin. (2013). Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam. *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*.

- Nurkamto, J. (2020). Kajian Pustaka Dalam Penelitian Kualitatif 1. In *Bahan Ajar Bahasa Dan Sastra Di Era Milenial*.
- Pramiana, O., & Anisah, N. (2018). Implementasi Strategic Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Shari'ah Enterprise Theory. *EKSIS*.
- Rahmat, B. Z. (2017). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2099>
- Santoso, S. (2016). KONSEP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF KONVENSIONAL DAN FIQH SOSIAL. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam*. <https://doi.org/10.21274/ahkam.2016.4.1.81-104>
- Siregar, B. G. (2016). PENERAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAMPANDANGAN ISLAM. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*. <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.303>
- Wan Jusoh, W. N. H., Ibrahim, U., & Mohammad, M. D. (2015). An Islamic perspective on corporate social responsibility of Islamic banks. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n2s1p308>
- Zaidi, H., Surya, R. Z., & Juslan. (2016). Analisa Strategi dan Sinkronisasi CSR dengan Program Pemerintah dalam Pembangunan Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal BAPPEDA*.