Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 35646-35655

TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

M.Shahrul Zidane[1], Sopian Hakim[2], M.Fajar Shodeq[3], Renaldi Al Buchori[4], Maya Panorama[5]

[1,2,3,4,5]Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

*Email: : muhamadshahrul231@gmail.com, sopianhakim3107@gmail.com, fajarshodeq30@gmail.com, renaldialbuchori78@gmail.com, mayapanorama_uin@radenfatah.ac.id
Corresponding Author: M.Shahrul Zidane, muhamadshahrul231@gmail.com

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam praktik bisnis modern. Namun demikian, implementasinya kerap dinilai belum mencerminkan nilai-nilai substansial, khususnya dalam konteks ekonomi Islam. Artikel ini bertujuan mengkaji program CSR dari perspektif ekonomi Islam serta menganalisis kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Metode yang digunakan adalah studi literatur melalui analisis dan sintesis berbagai sumber ilmiah yang relevan, mencakup artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen akademik terkait. Hasil kajian menunjukkan bahwa Islam memandang CSR bukan sekadar aktivitas filantropi, melainkan kewajiban moral yang berlandaskan prinsip amanah, keadilan, dan maslahah. Konsep *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR)* mengintegrasikan nilai syariah ke dalam praktik bisnis sehingga orientasi perusahaan tidak semata tertuju pada perolehan keuntungan, tetapi juga pada penciptaan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Kerangka maqashid syariah yang mencakup penjagaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta menjadi landasan normatif dalam mengevaluasi efektivitas program CSR. Meskipun demikian, pelaksanaan ICSR di lapangan masih menghadapi sejumlah tantangan, di antaranya kurangnya transparansi pelaporan, program yang bersifat jangka pendek dan simbolik, serta lemahnya internalisasi nilai syariah secara menyeluruh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa CSR yang berorientasi pada maqashid syariah berpotensi menciptakan pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan apabila diimplementasikan secara konsisten, partisipatif, dan terencana.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Kesejahteraan Masyarakat

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility (CSR) has evolved into a strategic instrument in modern business practice. Nevertheless, its implementation is often considered to lack substantive values, particularly within the framework of Islamic economics. This article aims to examine CSR programs from an Islamic economic perspective and analyze their contribution to improving community welfare. The method employed is a literature study through the analysis and synthesis of various relevant scholarly sources, including journal articles, research reports, and related academic documents. The findings indicate that Islam regards CSR not merely as philanthropic activity, but as a moral obligation grounded in the principles of amanah (trustworthiness), justice, and maslahah (public benefit). The concept of Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) integrates Sharia values into business practice, directing corporate orientation beyond profit generation toward the creation of community welfare and environmental sustainability. The maqashid al-shariah framework — encompassing the preservation of religion, life, intellect, lineage, and wealth — serves as a normative foundation for evaluating the effectiveness of CSR programs. Nonetheless, the implementation of ICSR in practice continues to face significant challenges, including insufficient reporting transparency, short-term and symbolic program design, and the inadequate internalization of Sharia values in a comprehensive manner. This study concludes that CSR oriented toward maqashid al-shariah has the potential to foster equitable and sustainable economic development, provided it is implemented consistently, participatively, and in a well-structured manner.

Keyword: *Corporate Social Responsibility (CSR), Community Welfare*

© The Author(s). 2026 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Di era sekarang, sektor bisnis dapat diibaratkan sebagai pedang bermata dua. Di satu sisi, perusahaan berusaha keras untuk memperoleh keuntungan (*profit*) yang maksimal guna mempertahankan keberlangsungan dan pertumbuhan usahanya. Namun, di sisi lain, perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh aktivitas operasionalnya. Kesadaran ini muncul karena keberhasilan suatu perusahaan tidak lagi diukur hanya dari pencapaian finansial, tetapi juga dari kontribusinya terhadap masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks tersebut, muncul konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Secara umum, CSR merepresentasikan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan komunitas di sekitarnya. Implementasi CSR dapat diwujudkan melalui berbagai program seperti penciptaan lapangan kerja, peningkatan kualitas pendidikan, pemberdayaan usaha mikro dan kecil, pelestarian lingkungan, hingga kegiatan sosial kemasyarakatan. Seiring meningkatnya kesadaran global terhadap pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), CSR telah berkembang menjadi bagian penting dari strategi bisnis modern. Bahkan, banyak perusahaan menjadikan CSR sebagai instrumen untuk membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekaligus memperkuat reputasi perusahaan.

Menurut Carroll dan Brown (2023), CSR merupakan komitmen perusahaan untuk menjalankan kegiatan bisnis yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek hukum, etika, dan filantropi dalam rangka menciptakan nilai bagi seluruh pemangku kepentingan. Sementara itu, Crane, Matten, dan Spence (2022) menjelaskan bahwa CSR telah mengalami transformasi dari sekadar aktivitas sukarela menjadi bagian integral dari tata kelola perusahaan (*corporate governance*) yang bertanggung jawab. Pandangan ini menunjukkan bahwa perusahaan masa kini tidak lagi dapat mengabaikan tuntutan sosial yang berkembang di masyarakat.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Kumar dan Prakash (2021) menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang efektif mampu meningkatkan kepercayaan publik (*public trust*), loyalitas konsumen, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang positif antara perusahaan dan masyarakat. Senada dengan hal tersebut, Eccles dan Klimenko (2022) menyatakan bahwa perusahaan yang mengintegrasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya cenderung memiliki daya saing yang lebih baik serta ketahanan bisnis yang lebih kuat dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi global.

Meskipun demikian, implementasi CSR masih menimbulkan berbagai perdebatan. Sebagian kalangan memandang CSR sebagai bentuk tanggung jawab nyata perusahaan terhadap masyarakat. Akan tetapi, sebagian lainnya berpendapat bahwa CSR sering kali hanya digunakan sebagai alat pencitraan (*corporate image*) atau strategi pemasaran untuk meningkatkan reputasi perusahaan di mata publik. Oleh karena itu, muncul pertanyaan penting mengenai sejauh mana program CSR benar-benar mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan dampak yang berkelanjutan.

Dari perspektif ekonomi Islam, isu CSR menjadi kajian yang sangat menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Dalam Islam, tanggung jawab sosial bukan sekadar aktivitas sukarela, melainkan bagian dari kewajiban moral yang berlandaskan nilai-nilai syariah. Prinsip-prinsip seperti keadilan (*al-'adl*), amanah, keseimbangan (*tawazun*), persaudaraan (*ukhuwah*), dan kemaslahatan (*maslahah*) menjadi landasan utama dalam setiap aktivitas ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya dituntut menghasilkan produk yang halal, tetapi juga memastikan bahwa seluruh proses dan dampak bisnisnya memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat.

Menurut Dusuki dan Bouheraoua (2021), konsep tanggung jawab sosial dalam Islam memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan konsep CSR konvensional karena mencakup dimensi spiritual, moral, sosial, dan ekonomi secara sekaligus. Sementara itu, Hasan dan Harahap (2024) menjelaskan bahwa tujuan utama aktivitas bisnis dalam Islam bukan hanya mencapai keuntungan (*profit*

maximization), tetapi juga mewujudkan kesejahteraan sosial (*social welfare*) dan kemaslahatan umat. Dengan demikian, keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari besarnya laba yang diperoleh, melainkan juga dari kontribusinya dalam menciptakan keadilan sosial dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Sejalan dengan perkembangan konsep *Environmental, Social, and Governance* (ESG) yang semakin mendapat perhatian global, nilai-nilai yang terkandung dalam ekonomi Islam memiliki relevansi yang kuat dengan praktik CSR modern. Keduanya sama-sama menekankan pentingnya keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, kajian mengenai CSR dari perspektif ekonomi Islam menjadi penting untuk memahami apakah program-program CSR yang dijalankan perusahaan saat ini telah selaras dengan prinsip-prinsip syariah dan mampu memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini akan membahas lebih mendalam mengenai implementasi program CSR yang dilaksanakan oleh berbagai perusahaan serta menganalisisnya dari sudut pandang ekonomi Islam. Pembahasan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai peran CSR dalam mewujudkan kesejahteraan sosial sekaligus menilai kesesuaiannya dengan nilai-nilai yang terkandung dalam ekonomi Islam

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literatur (*literature review*). Studi literatur merupakan pendekatan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, menelaah, menganalisis, dan mensintesis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut dapat berupa artikel ilmiah, buku, laporan pemerintah, jurnal, prosiding, serta dokumen-dokumen lain yang memiliki keterkaitan dengan kajian yang diteliti.

Menurut Snyder (2021), studi literatur merupakan metode penelitian yang sistematis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan hasil penelitian terdahulu guna menghasilkan pemahaman yang komprehensif mengenai suatu fenomena atau bidang kajian tertentu. Sementara itu, Xiao dan Watson (2022) menjelaskan bahwa studi literatur memungkinkan peneliti mengintegrasikan berbagai temuan penelitian yang telah ada sehingga dapat membangun landasan teoritis yang kuat dan mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*). Selain itu, Booth, Sutton, dan Papaioannou (2023) menyatakan bahwa studi literatur tidak hanya berfungsi sebagai sarana pengumpulan informasi, tetapi juga sebagai proses kritis untuk membandingkan, mengevaluasi, dan mensintesis pengetahuan yang telah berkembang dalam suatu bidang ilmu.

Metode penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan, meninjau, dan menganalisis informasi serta data sekunder yang berkaitan dengan tinjauan ekonomi Islam terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai konsep CSR, implementasinya dalam dunia bisnis, serta relevansinya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Peneliti memulai penelitian dengan mengidentifikasi berbagai sumber literatur yang sesuai dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut meliputi artikel ilmiah, laporan pemerintah, dokumen perencanaan pembangunan, buku referensi, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan CSR, kesejahteraan masyarakat, dan ekonomi Islam. Literatur diperoleh melalui berbagai basis data akademik dan perpustakaan elektronik yang kredibel.

Setelah proses identifikasi dilakukan, peneliti melakukan seleksi secara cermat terhadap sumber-sumber yang telah ditemukan. Kriteria seleksi mencakup relevansi dengan topik penelitian, kualitas metodologi penelitian, kredibilitas penerbit, serta tahun publikasi yang diutamakan berasal dari sumber-sumber terbaru agar memperoleh informasi yang lebih aktual dan sesuai dengan perkembangan kajian ilmiah.

Tahap berikutnya adalah analisis dan sintesis literatur. Pada tahap ini, peneliti melakukan kajian mendalam terhadap berbagai konsep, teori, serta hasil penelitian yang ditemukan dalam literatur. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi persamaan, perbedaan, pola, dan kecenderungan yang muncul dari berbagai sumber. Selanjutnya, hasil-hasil tersebut disintesiskan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai tinjauan ekonomi Islam terhadap program CSR dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Hasil analisis dan sintesis literatur kemudian digunakan sebagai dasar dalam penyusunan artikel, meliputi latar belakang penelitian, kerangka teoritis, pembahasan, temuan utama, serta kesimpulan. Dengan menggunakan metode studi literatur, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai implementasi CSR serta kesesuaiannya dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. CSR sebagai Bentuk Tanggung Jawab Sosial dalam Islam

konsep tanggung jawab sosial perusahaan dalam perspektif Islam, ada dua hal yang sering kali disamakan. Pertama, CSR sebagai filantropi. Kedua, CSR sebagai ketaatan syariah. Padahal yang kedua ini cakupannya lebih luas. Karena dalam Islam, aktivitas bisnis itu harus membawa manfaat (mashlahah), bukan hanya menghindari mudharat. Jadi ketika sebuah perusahaan hanya mengejar laba, lalu kemudian membuat program CSR yang sifatnya seremonial, sebenarnya ia belum memenuhi standar akuntabilitas sosial versi Islam. Standar Islam itu menuntut adanya dampak riil terhadap masyarakat, bukan laporan tahunan yang tebal.

Amanah bagi perusahaan tidak punya hak mutlak atas sumber daya yang dikelolanya. Semua itu titipan. Maka pertanggungjawabannya tidak hanya ke pemegang saham, tapi juga ke masyarakat, lingkungan, dan Allah. Kalau ada pengelolaan yang curang atau merusak, itu sudah melanggar amanah. Prinsip ini mengajarkan bahwa bisnis tidak boleh sekadar mencari untung. Ia harus dijalankan dengan rasa peduli. Artinya, perusahaan dituntut untuk memberikan manfaat yang sebaik-baiknya kepada semua pihak yang terkena dampak dari kegiatannya. Bukan hanya berhenti pada "tidak merugikan". Keadilan. Ini yang sering luput. Prinsip ini menekankan bahwa keuntungan ekonomi tidak boleh cuma dinikmati oleh segelintir orang. Harus ada pemerataan. Karena kalau tidak, akan tumbuh kesenjangan sosial. Dan dalam Islam, kesenjangan itu tanda ketidakberkahan.

Dalam ekonomi Islam, konsep CSR juga diperkuat oleh maqashid syariah yang bertujuan menjaga agama (hifz ad-din), jiwa (hifz an-nafs), akal (hifz al-aql), keturunan (hifz an-nasl), dan harta (hifz al-mal). Implementasi CSR yang sesuai dengan maqashid syariah berarti perusahaan harus mampu menghadirkan kemaslahatan bagi masyarakat dan menghindari segala bentuk kerusakan sosial maupun lingkungan. Oleh sebab itu, perusahaan syariah tidak hanya fokus pada profit oriented, tetapi juga harus memperhatikan keberlanjutan sosial dan lingkungan.

Pelaksanaan CSR dalam Islam dapat diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosial seperti pemberian bantuan pendidikan, pelayanan kesehatan masyarakat, pembangunan fasilitas umum, pengelolaan lingkungan, hingga pemberdayaan ekonomi masyarakat kecil. Aktivitas tersebut menjadi bentuk nyata kepedulian perusahaan terhadap kesejahteraan sosial. Dengan demikian, CSR dalam Islam bukan hanya alat untuk membangun citra perusahaan, tetapi merupakan kewajiban moral dan spiritual yang harus dijalankan secara konsisten.

Menurut Salimudin dan Jubaedah (2024), Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) merupakan konsep tanggung jawab sosial yang mengintegrasikan nilai syariah dengan praktik bisnis modern sehingga perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga menciptakan kesejahteraan masyarakat dan keberlanjutan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa Islam memandang CSR sebagai bagian integral dari etika bisnis yang berorientasi pada kemaslahatan bersama.

Selain itu, Rahman dan Yusuf (2024) menjelaskan bahwa CSR dalam Islam memiliki hubungan erat dengan konsep zakat, infak, dan sedekah sebagai bentuk kepedulian sosial terhadap masyarakat yang membutuhkan. Melalui pendekatan tersebut, perusahaan dapat membantu mengurangi kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan, dan memperkuat hubungan sosial di lingkungan sekitar perusahaan.

CSR dalam Islam itu tidak cuma sekedar kegiatan sosial. Ada tiga hal yang melekat: ekonomi, sosial, dan spiritual. Jadi bukan sukarela. Perusahaan yang mau bener-bener menjalankan syariah harus bisa bikin seimbang antara cari untung dan bikin masyarakat sejahtera. Harapannya sih kalau itu tercapai, ekonomi jadi adil dan bisa bertahan lama.

2. Dampak CSR terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Program Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat yang berada di sekitar wilayah operasional perusahaan. Dalam praktiknya, CSR tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan dalam membangun citra positif, tetapi juga memberikan dampak sosial dan ekonomi yang nyata bagi masyarakat. Pelaksanaan CSR yang tepat dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, serta menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan lingkungan sosial.

Salah satu dampak utama CSR adalah terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Banyak perusahaan melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan operasional maupun program pemberdayaan ekonomi. Hal ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memperoleh penghasilan dan meningkatkan taraf hidup mereka. Selain membuka lapangan pekerjaan, beberapa perusahaan juga memberikan pelatihan keterampilan kerja dan kewirausahaan agar masyarakat memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha secara mandiri.

Program CSR juga berkontribusi dalam mendukung sektor pendidikan. Banyak perusahaan memberikan bantuan berupa beasiswa, pembangunan fasilitas pendidikan, penyediaan sarana belajar, serta pelatihan keterampilan bagi generasi muda. Dukungan tersebut sangat penting karena pendidikan merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Dengan meningkatnya akses pendidikan, masyarakat memiliki peluang yang lebih besar untuk memperoleh pekerjaan yang layak dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga.

Selain pendidikan, CSR juga berperan dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perusahaan sering memberikan bantuan modal usaha, pelatihan manajemen bisnis, serta pendampingan pemasaran kepada pelaku UMKM di sekitar wilayah operasionalnya. Program ini mampu meningkatkan produktivitas dan pendapatan masyarakat. Dalam perspektif ekonomi Islam, pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui CSR merupakan bentuk implementasi prinsip keadilan sosial dan pemerataan ekonomi agar kesejahteraan tidak hanya dinikmati oleh kelompok tertentu saja.

Dampak lain dari CSR adalah meningkatnya kualitas lingkungan sosial masyarakat. Perusahaan yang menjalankan CSR secara baik biasanya turut berkontribusi dalam menjaga kebersihan lingkungan, menyediakan fasilitas umum, membantu pelayanan kesehatan masyarakat, serta mendukung kegiatan sosial kemasyarakatan. Program-program tersebut dapat menciptakan lingkungan sosial yang lebih sehat, aman, dan nyaman bagi masyarakat sekitar.

Namun demikian, efektivitas CSR sangat dipengaruhi oleh kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat. Program CSR yang dirancang tanpa memahami kondisi sosial masyarakat sering kali tidak memberikan dampak yang signifikan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program CSR agar manfaat yang diberikan benar-benar dirasakan oleh masyarakat.

Menurut Saputeri, Fakhrurozi, dan Sari (2023), CSR memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui program sosial dan ekonomi seperti bantuan pendidikan, pengembangan usaha kecil, dan pemberdayaan masyarakat. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat membantu meningkatkan pendapatan dan kualitas hidup masyarakat apabila dilaksanakan secara berkelanjutan.

Selain itu, Sanda dan Nurlaila (2025) menjelaskan bahwa pelaksanaan CSR yang berorientasi pada konsep maslahah dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat karena fokus pada kebutuhan sosial yang nyata. Dengan demikian, CSR tidak hanya menjadi kewajiban perusahaan, tetapi juga instrumen pembangunan sosial yang mendukung terciptanya kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

3. Implementasi ICSR di Perusahaan Syariah

ICSR muncul dari CSR biasa. Bedanya, ICSR ini pakai kacamata ekonomi Islam. Jadi bukan cuma soal tanggung jawab ke masyarakat. Ada tambahan. Ada nilai spiritual. Ada etika. Ada syariah. Semua aktivitas bisnis kena imbasnya. Di Indonesia, perusahaan syariah mulai gerak. Mereka jadikan ICSR bagian penting. Bukan hanya strategi, tapi juga tata kelola. Tujuannya? Biar hubungan dengan masyarakat harmonis, dan usaha bisa jalan terus (keberlanjutan).

Di Indonesia, banyak perusahaan syariah yang udah jalanin program ICSR. Terutama di sektor perbankan syariah. Bidang yang mereka garap macam-macam. Ada pendidikan, kesehatan,

pemberdayaan ekonomi masyarakat, lingkungan hidup, sampai bantuan sosial buat kemanusiaan. Program-program ini muncul bukan tanpa alasan. Perusahaan punya kepedulian terhadap masyarakat di sekitarnya. Tapi juga sekalian buat nunjukin bahwa nilai-nilai Islam memang bisa diimplementasikan dalam aktivitas ekonomi. Contohnya gampang ditemui di bank syariah. Mereka biasa salurin dana CSR untuk bantuan UMKM, pelatihan wirausaha, bangun fasilitas sekolah atau madrasah, santunan anak yatim, dan juga bantuan kalau ada bencana alam.

ICSR itu manfaatnya buat mencari keseimbangan. Antara keuntungan perusahaan sama kesejahteraan masyarakat. Orang Islam bilang, perusahaan itu tanggung jawabnya bukan cuma ke pemilik saham. Ada tanggung jawab ke masyarakat dan lingkungan juga. Maka dari itu, perusahaan syariah harusnya bisnisnya adil, transparan, dan manfaatnya bisa dirasain sama masyarakat luas.

Implementasi ICSR itu ada fungsi lain. Bukan cuma tanggung jawab sosial. Tapi juga buat meningkatkan reputasi perusahaan syariah. Sama kepercayaan publik juga. Karena masyarakat itu biasanya lebih suka sama perusahaan yang aktif di kegiatan sosial. Yang peduli sama kesejahteraan orang banyak. kalau program ICSR-nya bagus dan jalan terus, perusahaan bisa dapet dua keuntungan sekaligus. Yang pertama, loyalitas konsumen jadi lebih kuat. Yang kedua, citra perusahaan di mata publik ikut naik. Jadi ICSR itu semacam investasi sosial sekaligus strategi reputasi.

ICSR di beberapa perusahaan syariah itu masih banyak masalah. Yang paling sering muncul adalah CSR-nya cuma simbol-simbolan. Banyak perusahaan yang jalanin program CSR cuma karena diwajibin sama peraturan. Atau biar nama perusahaannya keliatan bagus di mata orang. Mereka lupa lihat dampak jangka panjang buat masyarakat. Ujung-ujungnya program CSR yang dikasih cuma bantuan sesaat. Misalnya bagi-bagi sembako pada saat lebaran. Atau sunatan massal. Tidak ada pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan. Jadi masyarakat tidak pernah bisa mandiri.

Menurut Salimudin dan Jubaedah (2024), implementasi ICSR seharusnya tidak hanya fokus pada kegiatan sosial yang bersifat simbolik, tetapi juga harus mampu menciptakan kemaslahatan yang nyata bagi masyarakat dan lingkungan. ICSR perlu dijalankan secara terencana, berkelanjutan, dan sesuai dengan prinsip maqashid syariah agar tujuan kesejahteraan sosial dapat tercapai.

Sementara itu, Pratiwi, Setiyowati, dan Huda (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelaksanaan CSR pada bank syariah dapat dilihat melalui Islamic Social Reporting (ISR) dan Maqashid Syariah Index (MSI). Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan nilai syariah secara konsisten dalam program CSR cenderung lebih mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membangun hubungan sosial yang baik dengan lingkungan sekitar.

Dengan demikian, implementasi ICSR pada perusahaan syariah memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Namun, perusahaan perlu memastikan bahwa pelaksanaan CSR tidak hanya menjadi alat pencitraan, melainkan benar-benar berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dan kemaslahatan umum sesuai dengan nilai-nilai Islam.

4. Tantangan Pelaksanaan CSR

Meskipun program Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki tujuan yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menjaga keberlanjutan lingkungan, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi berbagai tantangan. Tantangan tersebut menyebabkan banyak program CSR belum mampu memberikan dampak optimal bagi masyarakat. Dalam perspektif ekonomi Islam, tantangan ini menjadi perhatian penting karena CSR seharusnya dilaksanakan berdasarkan prinsip keadilan, amanah, dan kemaslahatan.

Salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan CSR adalah kurangnya transparansi perusahaan dalam pengelolaan dan pelaporan program CSR. Banyak perusahaan hanya menyampaikan laporan CSR secara umum tanpa menjelaskan secara rinci penggunaan dana, bentuk kegiatan, serta dampak nyata yang dirasakan masyarakat. Kurangnya transparansi ini dapat menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan memunculkan anggapan bahwa CSR hanya dijadikan sebagai alat promosi semata.

Selain itu, beberapa perusahaan belum melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses perencanaan program CSR. Akibatnya, program yang dijalankan sering kali tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Misalnya, perusahaan memberikan bantuan yang bersifat sementara

tanpa memperhatikan solusi jangka panjang bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kondisi ini menyebabkan program CSR kurang efektif dan tidak berkelanjutan.

Tantangan berikutnya adalah program CSR yang masih bersifat jangka pendek dan tidak berkesinambungan. Banyak perusahaan hanya menjalankan kegiatan sosial pada waktu tertentu, seperti pembagian sembako atau bantuan dana sesaat, tanpa adanya program pemberdayaan masyarakat yang dapat memberikan manfaat dalam jangka panjang. Padahal, dalam konsep ekonomi Islam, CSR seharusnya mampu menciptakan kemandirian ekonomi masyarakat dan meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan.

Selain masalah keberlanjutan, fokus perusahaan terhadap pencitraan atau branding juga menjadi tantangan dalam implementasi CSR. Sebagian perusahaan menjalankan CSR hanya untuk meningkatkan reputasi dan menarik simpati publik. Akibatnya, orientasi utama CSR bergeser dari upaya menciptakan kemaslahatan menjadi sekadar strategi pemasaran perusahaan. Hal ini bertentangan dengan prinsip Islam yang menekankan keikhlasan dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan ekonomi.

Permasalahan lain yang sering terjadi adalah kurangnya pengawasan terhadap pelaksanaan CSR. Tidak semua perusahaan memiliki sistem evaluasi yang baik untuk mengukur keberhasilan program CSR. Akibatnya, perusahaan sulit mengetahui apakah program yang dilaksanakan benar-benar memberikan dampak positif bagi masyarakat atau tidak. Evaluasi yang lemah juga membuat program CSR sulit dikembangkan menjadi lebih efektif di masa mendatang.

Menurut Hendar (2023), pelaksanaan CSR berbasis maqashid syariah seharusnya tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi perusahaan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Namun dalam praktiknya, masih banyak perusahaan yang belum mampu mengintegrasikan nilai maqashid syariah secara menyeluruh dalam kebijakan CSR mereka.

Selain itu, Saputra (2025) menjelaskan bahwa tantangan terbesar dalam pelaksanaan CSR adalah bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam pembangunan berkelanjutan. Banyak perusahaan belum sepenuhnya memahami bahwa CSR dalam perspektif Islam harus berorientasi pada kemaslahatan masyarakat, bukan sekadar formalitas atau kewajiban administratif perusahaan.

Dengan demikian, pelaksanaan CSR memerlukan komitmen yang kuat dari perusahaan agar program yang dijalankan benar-benar mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Transparansi, keberlanjutan program, partisipasi masyarakat, dan orientasi pada kemaslahatan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan agar CSR dapat berjalan sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

5. Perspektif Maqashid Syariah terhadap CSR

Dalam perspektif ekonomi Islam, keberhasilan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak hanya diukur dari besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan atau banyaknya program sosial yang dilakukan, tetapi juga dari sejauh mana program tersebut mampu menciptakan kemaslahatan bagi masyarakat. Konsep ini sejalan dengan maqashid syariah yang menjadi tujuan utama syariat Islam dalam menjaga dan mewujudkan kesejahteraan manusia secara menyeluruh. Oleh karena itu, CSR dalam Islam harus berorientasi pada terciptanya keseimbangan antara keuntungan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan.

Maqashid syariah memiliki lima tujuan utama yaitu menjaga agama (hifz ad-din), menjaga jiwa (hifz an-nafs), menjaga akal (hifz al-aql), menjaga keturunan (hifz an-nasl), dan menjaga harta (hifz al-mal). Dalam konteks CSR, kelima tujuan tersebut dapat diwujudkan melalui berbagai program sosial yang memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Misalnya, program bantuan pendidikan dapat mendukung penjagaan akal, program kesehatan membantu menjaga jiwa, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat membantu menjaga harta serta meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Pelaksanaan CSR yang sesuai dengan maqashid syariah berarti perusahaan tidak hanya mengejar profit semata, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya. Islam mengajarkan bahwa harta yang dimiliki perusahaan mengandung hak masyarakat yang harus disalurkan untuk kepentingan bersama. Oleh sebab itu, perusahaan memiliki tanggung jawab moral untuk memastikan bahwa aktivitas bisnisnya tidak menimbulkan kerusakan sosial maupun lingkungan.

Dalam perspektif maqashid syariah, CSR dianggap berhasil apabila mampu menciptakan maslahah atau kemanfaatan umum bagi masyarakat. Maslahah merupakan segala sesuatu yang membawa

kebaikan dan mencegah kerusakan dalam kehidupan manusia. Program CSR yang memberikan dampak nyata seperti peningkatan pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta pelestarian lingkungan termasuk bentuk implementasi maslahah dalam kegiatan bisnis perusahaan.

Selain memberikan manfaat sosial, CSR berbasis maqashid syariah juga bertujuan menciptakan keadilan ekonomi di masyarakat. Islam menolak terjadinya penumpukan kekayaan pada kelompok tertentu saja, sehingga perusahaan diharapkan turut berkontribusi dalam pemerataan kesejahteraan melalui program-program sosial yang berkelanjutan. Dengan adanya CSR, perusahaan dapat membantu masyarakat memperoleh akses ekonomi yang lebih baik dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Namun demikian, penerapan CSR berdasarkan maqashid syariah masih menghadapi berbagai tantangan. Sebagian perusahaan masih memandang CSR sebagai kewajiban administratif atau strategi pemasaran semata. Akibatnya, pelaksanaan CSR belum sepenuhnya berorientasi pada kemaslahatan masyarakat. Program yang dijalankan sering kali hanya bersifat simbolik dan kurang memberikan dampak jangka panjang bagi kesejahteraan masyarakat.

Menurut Hendar (2023), maqashid syariah dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan CSR agar perusahaan mampu menjalankan tanggung jawab sosial secara lebih adil dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat. Dengan pendekatan maqashid syariah, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan nilai kemanusiaan dan keberlanjutan lingkungan.

Selain itu, Dewi (2022) menjelaskan bahwa implementasi CSR yang sesuai dengan maqashid syariah dapat mendukung pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs). Hal ini menunjukkan bahwa konsep CSR dalam Islam memiliki relevansi yang kuat dengan upaya pembangunan sosial modern yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Sementara itu, Sauqi, Rohani, dan Solehah (2025) menjelaskan bahwa CSR dalam perspektif hadis merupakan bentuk implementasi nilai kepedulian sosial dan tanggung jawab moral dalam kehidupan ekonomi. Perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik tidak hanya memperoleh keuntungan material, tetapi juga keberkahan dan kepercayaan dari masyarakat.

Dengan demikian, perspektif maqashid syariah menegaskan bahwa CSR bukan hanya sekadar aktivitas sosial perusahaan, melainkan bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat dan menjaga keseimbangan lingkungan. CSR yang berorientasi pada maslahah akan mampu menciptakan pembangunan ekonomi yang lebih adil, berkelanjutan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam perspektif ekonomi Islam, CSR tidak hanya dipandang sebagai kegiatan sosial atau strategi perusahaan untuk membangun citra positif, tetapi juga sebagai bentuk implementasi nilai-nilai syariah yang berlandaskan prinsip amanah, keadilan, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada masyarakat, lingkungan, dan Allah SWT. Konsep ini menempatkan CSR sebagai bagian dari etika bisnis Islam yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan kesejahteraan sosial.

Pelaksanaan CSR terbukti memberikan berbagai dampak positif bagi masyarakat, seperti peningkatan akses pendidikan, kesehatan, pemberdayaan ekonomi, pengembangan UMKM, serta penciptaan lapangan kerja. Program-program tersebut mampu membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat apabila dilaksanakan secara berkelanjutan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Dalam konteks perusahaan syariah, implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) menjadi sarana untuk mewujudkan tujuan ekonomi Islam yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit*), tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan keberlanjutan lingkungan. Namun demikian, masih terdapat berbagai tantangan dalam pelaksanaannya, seperti kurangnya transparansi, rendahnya partisipasi masyarakat, orientasi pencitraan perusahaan, serta program yang masih bersifat

jangka pendek.

Lebih lanjut, perspektif *maqashid syariah* menegaskan bahwa keberhasilan CSR tidak hanya diukur dari besarnya dana yang dikeluarkan perusahaan, melainkan dari sejauh mana program tersebut mampu menciptakan *maslahah* atau kemanfaatan bagi masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam seluruh aktivitas CSR agar program yang dijalankan tidak sekadar menjadi formalitas, tetapi benar-benar mampu mendorong terciptanya pembangunan ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat luas. Dengan demikian, CSR dalam perspektif ekonomi Islam merupakan instrumen penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung tercapainya tujuan pembangunan yang berkelanjutan.

REFERENCES

Ansar, A. D. A., Nurafifah, I. P., Sundari, S., & Madein, A. (2023). PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN: SEBUAH LITERATUR. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis, 3*(1), 1–9. https://doi.org/10.51903/jiab.v3i1.195

Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2023). *Systematic Approaches to a Successful Literature Review* (3rd ed.). Sage Publications.

Carroll, A. B., & Brown, J. A. (2023). *Corporate Social Responsibility: Perspectives on the CSR Construct's Development and Future*. *Business & Society*.

Cen, X., Qiu, Y., & Wang, T. Y. (2022). *Corporate Social Responsibility and Employee Retention*. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.4144689

Crane, A., Matten, D., & Spence, L. J. (2022). *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*. Routledge.

Dewi, G. (2022). *Implementasi Corporate Social Responsibility PT. Sarana Multigriya Finansial dalam Mendukung SDGs Menurut Maqashid Syariah*. *Istinbath: Jurnal Hukum*. https://e-journal.metrouniv.ac.id/istinbath/article/view/4725

Dusuki, A. W., & Bouheraoua, S. (2021). *Islamic Perspectives on Corporate Social Responsibility and Sustainable Development*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*.

Eccles, R. G., & Klimenko, S. (2022). *The Investor Revolution and ESG Integration*. *Harvard Business Review*.

Hasan, Z., & Harahap, S. S. (2024). *Corporate Social Responsibility and Maqasid al-Shariah: An Islamic Economic Perspective*. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.

Hasanah, F., & Sisdianto, E. (2025). *Analisis Islamic Social Responsibility Terhadap Loyalitas Konsumen*. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara, 1*(6), 1–11.

Hendar, J. (2023). *Maqashid Sharia as the Basis for Decision Making of Corporate Social Responsibility Based on a Prophetic Legal Paradigm*. *Prophetic Law Review*. https://journal.uii.ac.id/JPLR/article/view/27115

Kumar, K., & Prakash, A. (2021). *Corporate Social Responsibility, Corporate Reputation and Sustainable Performance*. *Journal of Business Research*.

Mumud Salimudin, D. J. (2024). *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR): Kerangka Konseptual dan Pelaporan Berdasarkan Maqashid Syariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10*(03), 1–11.

Nasihin, I., Purwandari, D., Trianthy, N., & Ardiansyah, H. N. (2025). *Islamic Corporate Social Responsibility: Its Influence on Company Finance and Economics*. *Accounting and Finance Studies, 5*(4), 1–17.

Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Thanh Hoai, T. (2021). *Ethical Leadership, Corporate Social Responsibility, Firm Reputation, and Firm Performance: A Serial Mediation Model*. *Heliyon, 7*(4). https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06809

Pratiwi, D. N., Setiyowati, A., & Huda, F. (2023). *CSR pada Bank Syariah dalam Perspektif ISR Index dan Maqashid Syariah Index*. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*. https://perisai.umsida.ac.id/index.php/perisai/article/view/1643

Rahman, A., Yusuf, M., et al. (2024). *Corporate Social Responsibility (CSR) in Islam: Perspectives on Community Welfare, Zakat, Infaq, and Shadaqah*. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syariah*. https://ejournal.staimta.ac.id/index.php/eksyar/article/view/648

Rivaldi Tahir, Niswatin, M. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Corporate Social Responsibility pada Perbankan Syariah di Indonesia*. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi, 3*(1), 40–56.

Salimudin, M., & Jubaedah, D. (2024). *Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR): Kerangka Konseptual dan Pelaporan Berdasarkan Maqashid Syariah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 10*(03). https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/14087

Sanda, J. T., & Nurlaila, N. (2025). *Corporate Social Responsibility and Community Welfare: A Critical Perspective through the Lens of Maslahah*. *Journal Economics and Business Islam*. https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/article/view/3708

Saputra, D. (2025). *Integrasi Nilai-Nilai Islam dalam Pembangunan Berkelanjutan Melalui Program Corporate Social Responsibility*. *Kodifikasia*. https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/kodifikasia/article/view/10995

Saputeri, N. P., Fakhrurozi, M., & Sari, M. (2023). *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Syariah*. https://www.journal.uml.ac.id/index.php/MT/article/view/2452

Sauqi, M., Rohani, A., & Solehah, M. (2025). *Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Hadis: Implementasi Nilai Islam dalam Ekonomi Modern*. *Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah*. http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/rikaz/article/view/13332

Snyder, H. (2021). *Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines*. *Journal of Business Research*.

Taufiq, A. R., & Iqbal, A. (2021). *Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, 6*(1), 22–36. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIA/article/view/29046/18432

Xiao, Y., & Watson, M. (2022). *Guidance on Conducting a Systematic Literature Review*. *Journal of Planning Education and Research*.

Yuman Nur Rozak. (2021). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bukan Sumber Daya Alam dalam Perspektif ISO 26000*. *Renaissan, 1*(1), 91–106.

Zhang, L., Zeng, Q., Wang, S., & Li, N. (2022). *Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: A Meta-Analysis*. *Industrial Engineering and Innovation Management, 5*(2), 9–22. https://doi.org/10.23977/ieim.2022.050202