



## Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di PT Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat (*Suatu Tinjauan Etika Bisnis Islam*)

**Alliful Bastomi**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

[basthomie@gmail.com](mailto:basthomie@gmail.com)

**Addiarrahman Addiarrahman**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

[addiarrahman@uinjambi.ac.id](mailto:addiarrahman@uinjambi.ac.id)

**Anzu Elvia Zahara**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

[anzuelviazahara@uinjambi.ac.id](mailto:anzuelviazahara@uinjambi.ac.id)

Korespondensi penulis: [basthomie@gmail.com](mailto:basthomie@gmail.com)

**Abstract** : *Corporate Social Responsibility (CSR) is a company's commitment to contribute to sustainable economic development, by paying attention to corporate social responsibility and emphasizing a balance between attention to economic, social and environmental aspects.*

*This research uses qualitative methods. The data used are primary and secondary data. Data were obtained by observation, interview and documentation methods. The object of this research is the community of Purwodadi Village, Tebing Tinggi District, West Tanjung Jabung District.*

*Based on the results of the study shows that, the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT. Trimitra Lestari has been running quite well and providing benefits to the community around the company. In the review of Islamic business ethics, the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT. Trimitra Lestari is in accordance with the principles of Islamic business ethics. However, there are still several programs that need to be improved as explained by the community, where the community expects a Corporate Social Responsibility (CSR) program that can empower and prosper the community.*

**Keywords:** *Implementation, Corporate Social Responsibility, Islamic Business Ethics.*

**Abstract:** *Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.*

*Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data diperoleh dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Objek dalam penelitian penelitian ini adalah masyarakat Desa Purwodadi, Kec. Tebing Tinggi, Kab. Tanjung Jabung Barat.*

*Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Trimitra Lestari sudah berjalan cukup baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar perusahaan. Dalam tinjauan etika bisnis Islam penerapan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Trimitra Lestari sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Namun masih ada beberapa program yang perlu ditingkatkan seperti yang dijelaskan masyarakat, dimana masyarakat mengharapkan adanya program Corporate Social Responsibility (CSR) yang bisa memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat.*

**Kata Kunci:** *Implementasi, Corporate Social Responsibility, Etika Bisnis Islam.*

## **LATAR BELAKANG**

Terwujudnya kesejahteraan sosial suatu negara tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah melainkan juga melibatkan peran serta pihak lainnya. Salah satunya adalah perusahaan-perusahaan yang sangat berperan penting dalam meningkatkan perekonomian. Hubungan antara pemerintah dan pihak perusahaan merupakan salah satu strategi yang dibutuhkan untuk mendukung pelaksanaan kebijakan-kebijakan sosial dalam suatu masyarakat. Keterlibatan pihak-pihak tersebut mampu mengupayakan kehidupan yang layak bagi masyarakat yang disertai tanggung jawab untuk menjaga dan memelihara kestabilan lingkungan hidup dan sosial. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat di berbagai bidang, sehingga tercipta interaksi yang sehat antara perusahaan dengan masyarakat disekitarnya. Interaksi yang baik ini dapat diwujudkan melalui program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* merupakan suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan dimana suatu organisasi, terutama perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau dividen, melainkan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusan itu, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Dengan pengertian tersebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak terhadap seluruh pemangku kepentingannya.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* bukan hanya upaya menunjukkan kepedulian sebuah organisasi pada persoalan sosial dan lingkungan, tetapi juga dapat menjadi pendukung terwujudnya pembangunan yang berkesinambungan dengan menyeimbangkan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan perlindungan lingkungan hidup. Dalam rangka merespon perubahan dan menciptakan hubungan kepercayaan, maka upaya yang kini dilaksanakan oleh organisasi (khususnya organisasi bisnis) adalah merancang dan mengembangkan serangkaian program yang mengarah pada bentuk tanggung jawab sosial.

Program ini menjadi parameter kepedulian organisasi dengan mengembangkan sayap sosial kepada publik. Kepedulian dan pengembangan ini bukan dalam kerangka membagi-bagi

harta sehingga menyenangkan banyak pihak, tetapi lebih pada bagaimana memberdayakan masyarakat, agar bersama-sama dengan organisasi dapat peduli terhadap ranah sosial.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia sendiri diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 74 ayat (1) Undang-Undang ini menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ayat (2) pasal ini menyatakan kewajiban tersebut diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Selanjutnya ayat (3) menyebutkan perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait. Kemudian ayat (4) menyatakan ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah. Namun dalam penerapan atau implementasinya tidak semua perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik. Dikarenakan belum seragam dan jelasnya batasan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga beberapa perusahaan cenderung melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan seadanya saja dan sekedar formalitas.

Dalam perspektif Islam, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Menurut Sayyid Qutb, Islam mempunyai prinsip pertanggungjawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkungannya, yaitu antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial, dan antara masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada.

Sebagai agama rahmatan lil alamin, Islam mengatur secara jelas etika dalam melakukan setiap aktivitas bisnis. Islam mengharuskan setiap pelaku usaha untuk selalu berbuat adil dengan menjamin terpenuhinya hak orang lain, hak lingkungan sosial, dan hak alam semesta. Oleh karena itu, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini tidak lagi ditujukan untuk membayar hutang sosial, melainkan sudah menjadi sebuah tanggung jawab mutlak yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga dan menjalin komunikasi sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Pada PT. Trimitra Lestari, salah satu perusahaan yang berada di Kecamatan Tebing Tinggi, Kabupaten Tanjung Jabung Barat yang bergerak pada perkebunan kelapa sawit yang berdiri sejak tahun 2002. PT Trimitra Lestari memiliki luas lahan sekitar 5000 Ha dan memiliki

karyawan sebanyak 358 karyawan tetap dan 500 karyawan harian, PT Trimitra Lestari tidak lepas dari tanggung jawab untuk melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR). Adapun program yang dilaksanakan oleh PT Trimitra Lestari yaitu program pendidikan, program kesehatan, program ekonomi, program infrastruktur, program lingkungan, dan program sosial.

**Tabel 1.1**  
**Program CSR PT. Trimitra Lestari**

No.	Program CSR	Jenis Kegiatan
1.	Program Pendidikan	Bantuan beasiswa mahasiswa/i berprestasi
2.	Program Kesehatan	Bantuan sunat massal
3.	Program Ekonomi	Bantuan bahan / pupuk organik
4.	Program Infrastruktur	Bantuan material perbaikan jalan, bantuan perbaikan jalan.
5.	Program Lingkungan	Bantuan benih ikan patin dan ikan lele
6.	Program Sosial	Bantuan dana pembangunan fasilitas umum dan perbaikan sarana ibadah, bantuan sembako, bantuan dana kegiatan MTQ, bantuan dana kegiatan HUT RI, bantuan dana kegiatan keagamaan, bantuan dana kegiatan olahraga.

*Sumber: Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSLP) PT. Trimitra Lestari.*

Melihat komitmen PT. Trimitra Lestari dalam menjalankan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Di program pendidikan PT. Trimitra Lestari memberikan bantuan beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi, ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan kepada dunia pendidikan, kemudian dalam program ekonomi PT. Trimitra Lestari memberikan bantuan pupuk organik untuk masyarakat yang ada disekitar perusahaan guna meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat, di program infrastruktur PT. Trimitra Lestari memberikan bantuan bahan material dan alat perbaikan jalan, kemudian di program sosial PT. Trimitra Lestari memberikan bantuan dana untuk pembangunan fasilitas umum dan perbaikan sarana ibadah, bantuan sembako, bantuan dana kegiatan olahraga, bantuan dana kegiatan HUT RI, bantuan dana kegiatan MTQ, dan bantuan dana untuk kegiatan keagamaan. Namun dalam implementasinya belum sepenuhnya program-program tersebut berjalan dengan baik, dikarenakan masyarakat yang ada di desa sekitar perusahaan merasa belum puas dengan

pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh PT. Trimitra Lestari. Maka dilihat dari permasalahan tersebut, peneliti ingin meneliti bagaimana penerapan atau implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT. Trimitra Lestari, bagaimana dampak atau manfaat bagi masyarakat dan bagaimana Islam memandang penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti merumuskan kedalam penelitian yang berjudul Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) di PT. Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat: Suatu Tinjauan Etika Bisnis Islam. Untuk mendukung penelitian ini, penulis menyertakan penelitian terdahulu tentang implementasi corporate social responsibility (CSR) yang menjadi acuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Penelitian Dewi Kurnia Yasa, tentang Peran Corporate Social Responsibility (CSR) PT Elpindo Trikonco Wiradesa Kabupaten Pekalongan Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, hasil penelitian pelaksanaan corporate social responsibility (CSR) yang di jalankan PT Elpindo Trikonco Wiradesa sudah sesuai dengan ketentuan serta aturan dari corporate social responsibility (CSR) secara keseluruhan, dan juga perusahaan sudah memaksimalkan agar program ini bisa berjalan dan bertahan sebagai pembangunan berkelanjutan. Adanya program corporate social responsibility (CSR) sudah sangat membawa dampak yang positif terhadap perseorangan ataupun kelompok. Peran pemberdayaan masyarakat melalui program corporate social responsibility (CSR) dalam perspektif etika bisnis Islam juga sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, dimana tidak hanya profit saja yang dicapai tetapi ada sebagian tolong menolong didalamnya. Program corporate social responsibility (CSR) yang telah berjalan sudah cukup efektif sehingga manfaatnya sudah dirasakan terlebih pada pemberdayaan program ekonomi, lingkungan, sosial, pola pikir dan lain-lain. Perbedaan dengan penelitian peneliti ialah, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, lokasi penelitian, waktu penelitian dan studi kasus.

Selanjutnya penelitian Syaniatul Wida, tentang Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam (Studi Pada PT. Telkom Bandar Lampung), hasil penelitian ini menjelaskan, program corporate social responsibility (CSR) yang dilakukan PT. Telkom Bandar Lampung sudah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat hal ini dapat dilihat dari keterkaitan antara CSR Program Bina Lingkungan PT. Telkom Bandar Lampung terhadap pemeliharaan lima tujuan dasar dalam Islam yaitu, harta (mal), agama (al-dien), akal (aql), jiwa (nafs), keturunan (nasb). Perbedaan dengan penelitian peneliti ialah, penelitian ini membahas *corporate social responsibility* (CSR) terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif Islam,

lokasi penelitian, waktu penelitian dan studi kasus. Program *corporate social responsibility* (CSR)nya Program Bina Lingkungan dan Kemitraan (PKBL), kemudian menggunakan metode penelitian kuantitatif.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. Corporate Social Responsibility (CSR)**

#### **a. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)**

Tanggung jawab sosial dapat diartikan sebagai sebuah sikap yang bertanggung jawab berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Sedangkan pengertian secara umum yang disebut dengan tanggung jawab sosial adalah suatu konsep bahwa setiap orang atau organisasi memiliki tanggung jawab terhadap komunitas dan lingkungan sosial dalam segala aspeknya. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah konsep yang mengharuskan sebuah perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya hendaklah tidak semata untuk mengejar keuntungan melainkan juga harus memberikan kontribusi bagi lingkungan sosial perusahaan tersebut. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab moral organisasi bisnis terhadap kelompok masyarakat yang menjadi *stakeholder*-nya, yaitu kelompok yang terkena pengaruh, baik secara langsung maupun tidak langsung dari operasionalisasi sebuah perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan karyawan serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun pembangunan.

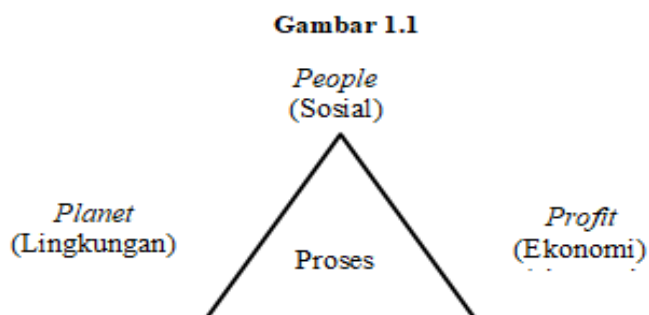
#### **b. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Corporate Social Responsibility (CSR)**

Dalam perkembangan etika bisnis sampai saat ini terdapat gagasan yang lebih komprehensif mengenai ruang lingkup tanggung jawab sosial perusahaan.

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.
2. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan.
3. Memenuhi aturan hukum yang berlaku pada suatu masyarakat, baik menyangkut kepentingan bisnis maupun menyangkut kehidupan sosial pada umumnya.
4. Menghormati hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak terkait yang punya kepentingan langsung atau tidak langsung atas aktivitas perusahaan.

### c. Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan strategi bisnis yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan atau keberlanjutan perusahaan. Kondisi ini berdampak pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan baik untuk *stakeholders* internal maupun eksternal. Perkembangan ini kemudian memunculkan konsep-konsep baru dan salah satunya adalah konsep *Triple Bottom Line* yang dikemukakan oleh John Elkington. John Elkington berpandangan bahwa jika perusahaan ingin menjaga keberlangsungan hidupnya, maka perusahaan harus memperhatikan 3P, yaitu pijakan yang seimbang pada *profit* atau keuntungan, *people* atau masyarakat dan *planet* atau lingkungan, atau yang lebih dikenal dengan *triple bottom line*. Ketiga prinsip tersebut saling mendukung dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), sebagaimana digambarkan berikut ini.



- 1) *Profit* adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksinya. Tetapi dalam triple bottom line, perusahaan bukan hanya bertujuan untuk mencari materi sebanyak-banyaknya sampai harus mengabaikan dampak yang terjadi akibat proses produksi yang dialami lingkungan sekitarnya. Hal ini berarti perusahaan telah berupaya menciptakan praktek bisnis yang fair dan beretika. Disisi lain, perusahaan seharusnya dapat meningkatkan profitabilitasnya karena keuntungan yang didapatkan merupakan dasar bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Dengan laba tersebut, perusahaan dapat berbagi keuntungan dengan para pemegang saham, memberikan gaji, tunjangan dan fasilitas yang cukup bagi para karyawannya, melakukan investasi yang menguntungkan untuk masa depan perusahaan, termasuk memenuhi kewajiban pajak kepada pemerintah dan melakukan kegiatan yang menguntungkan bagi masyarakat sekitar perusahaan. atau keuntungan merupakan tujuan utama dari operasional.
- 2) *People* atau masyarakat adalah salah satu pihak yang terkena imbas dari aktivitas produksi perusahaan, sehingga perusahaan seharusnya memberikan perhatian lebih

kepada masyarakat, khususnya yang ada di sekitar perusahaan, yang mendapatkan dampak secara langsung dari kegiatan perusahaan, seperti polusi udara, suara, limbah dan sebagainya. Sebagai perwujudan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, perusahaan memberikan sebagian labanya untuk kesejahteraan masyarakat, sehingga kesan yang timbul adalah keuntungan dari kehadiran perusahaan di tengah masyarakat. Bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* bisa berupa materi (uang, fasilitas, sarana dan prasarana) maupun non materi (memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi karyawan perusahaan, memberikan peluang usaha berdagang di sekitar perusahaan, memberikan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan masyarakat, dan lain sebagainya).

- 3) *Planet* atau lingkungan juga menjadi sasaran dari kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan. Dalam *triple bottom line*, yang dimaksud dengan planet adalah sumber daya alam yang tetap terjaga kelestariannya meskipun perusahaan telah melakukan kegiatan produksinya. Keberadaan sumber daya alam tentu tidak lepas dari sebab akibat kerusakan lingkungan dan eksploitasi oleh perusahaan, sehingga hal itu penting juga bagi perusahaan untuk melestarikannya. *Planet* merupakan unsur yang sangat harus diperhatikan, jika suatu perusahaan ingin tetap mempertahankan keberadaannya maka harus disertakan tanggung jawab lingkungan, karena sangat erat dengan kehidupan manusia, dan hubungan antara lingkungan dengan manusia adalah sebab akibat, jika manusia mengahrgai lingkungan dengan cara merawat dan memeliharanya, maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada manusia. Namun masih banyak manusia yang tidak peduli dengan lingkungan, karena tidak ada keuntungan didalamnya. Padahal dengan cara melestarikan dan merawat lingkungan, manusia akan memperoleh keuntungan yang lebih, terutama dari sisi kesehatan, kenyamanan, dan sumber daya alam.

#### **d. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility (CSR)***

Landasan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat dipahami dari berbagai ketentuan, baik Undang-Undang maupun Peraturan Perundang-Undangan sebagai berikut:

1. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 Tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas Pasal 2 yang menyatakan “Setiap Perseroan Terbatas selaku subjek hukum mempunyai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Berdasarkan ketentuan tersebut maka setiap perusahaan yang berbadan hukum wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.



2. Ketentuan mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada Pasal 74 yang berbunyi sebagai berikut:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Setiap perseroan untuk wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggungjawab atas tetap terciptanya hubungan perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.

**e. Jenis-jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pendidikan
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Ekonomi
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kesehatan
4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Lingkungan
5. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sosial

**f. Tujuan dan Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Perusahaan sebagai badan usaha yang memperoleh keuntungan dari masyarakat yang harus memperhatikan hubungan baik dengan masyarakat sekitar, dan masyarakat umum lainnya. Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi tujuan sosial yang sama, dengan tidak memperhitungkan untung dan rugi ekonomis, tetapi juga kinerja sosial. Prinsip dasar corporate social responsibility (CSR) adalah pemberdayaan masyarakat setempat yang kurang mampu agar terbebas dari kemiskinan. Corporate social responsibility (CSR) adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis.

**g. Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam perspektif Islam merupakan konsekuensi *inhern* dari ajaran Islam itu sendiri. Tujuan dari syariat Islam (*maqoshid syariah*) adalah *masalahah* sehingga bisnis merupakan upaya untuk menciptakan *masalahah*, bukan sekedar mencari keuntungan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia sekaligus strategis karena bukan sekedar diperbolehkan dalam Islam, melainkan justru diperintah oleh Allah dalam Al-Qur'an. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an artinya :

*rtinya: "Apabila telah ditunaikan sholat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung". (Q.S . Al-Jumu'ah: 10).*

Sebernarnya dalam pandangan Islam sendiri kewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* bukan hanya menyangkut pemenuhan kewajiban secara hukum dan moral, tetapi juga strategi agar masyarakat dan perusahaan tetap *survive* dalam jangka panjang. Jika *corporate social responsibility* tidak dilaksanakan maka akan terdapat lebih banyak biaya yang harus ditanggung perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan baik dan aktif bekerja keras mengimbangi hak-hak dari semua *stakeholders* berdasarkan kewajaran, martabat, keadilan dan memastikan distribusi kekayaan yang adil, akan benar-benar bermanfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang. Seperti meningkatkan kepuasan, menciptakan lingkungan kerja yang aktif dan sehat, mengurangi stres karyawan, meningkatkan moral, meningkatkan produktivitas, dan juga meningkatkan distribusi kekayaan didalam masyarakat. Tujuan keadilan sosioekonomi dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang merata merupakan bagian yang tak terpisahkan dari falsafah moral Islam dan didasarkan pada komitmennya yang pasti terhadap persaudaraan dan kemanusiaan.

Menurut Sayyid Qutb, Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial dan, antara suatu masyarakat dengan masyarakat yang lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada. Islam mendorong kita untuk memperlakukan setiap muslim secara adil terhadap sesama manusia.

Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikannya ruh sehingga dapat membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan *corporate social responsibility* secara universal yaitu:

1. *Al-Adl*

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis. Sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.

2. *Al-Ihsan*

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semangat *ihsan* akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT.

3. Manfaat

Manfaat konsep *ihsan* yang telah di jelaskan di atas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (internal maupun eksternal perusahaan). Konsep manfaat dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR), lebih dari aktivitas ekonomi.

4. *Amanah*

Dalam usaha bisnis, konsep *amanah* merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), harus memahami dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani di pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis.

## **2. Etika Bisnis Islam**

Etika memiliki dua pengertian. Pertama, etika sebagaimana moralitas, berisikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua, etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas, tetapi dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Rafik Issa Bekum, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik dari buruk. Etika merupakan bidang ilmu yang bersifat normatif, karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seseorang individu. Dalam islam etika merupakan akhlak seorang muslim dalam melakukan semua kegiatan termasuk dalam bidang bisnis, oleh karena itu jika ingin selamat dunia dan akhirat, maka harus memakai etika dalam keseluruhan aktivitas bisnis. Haidar Baqir menyatakan bahwa etika sering diidentikkan dengan moral atau moralitas. Moralitas lebih condong pada pengertian nilai baik dan buruk dari setiap perbuatan manusia itu sendiri, sedangkan etika berarti ilmu yang mempelajari tentang baik dan buruk. Etika disebut juga ilmu normatif, karena didalamnya mengandung norma nilai-nilai yang dapat digunakan dalam kehidupan. Ilmu etika adalah ilmu yang mencari keselarasan perbuatan-perbuatan manusia dengan dasar yang sedalam-dalamnya yang diperoleh dengan akal budi manusia. Dari penjelasan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa etika merupakan suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab.

#### **a. Fungsi Etika Bisnis Islam**

Pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang diemban oleh etika bisnis Islami, yaitu sebagai berikut:

1. Etika bisnis berupaya mencari cara untuk menyelaraskan dan menyasikan berbagai kepentingan dalam dunia bisnis.
2. Etika bisnis juga mempunyai peran untuk senantiasa melakukan kesadaran perubahan bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis Islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang bisnis dengan menggunakan landasan nilai-nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam satu bentuk bernama etika bisnis.
3. Etika bisnis terutama etika bisnis Islami juga bisa berperan memberikan suatu solusi terhadap berbagai persoalan bisnis modern ini yang kian jauh dari nilai-nilai etika. Dalam arti bahwa bisnis yang beretika harus benar-benar merujuk pada sumber utamanya yaitu Al-Qur'an dan Sunnah.

## **b. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam**

Syed Nawab Haidar Naqfi memaparkan 5 aksioma etika ekonomi, yaitu tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan, tanggung jawab dan *ihsan*.

### **1. Kesatuan (*Tauhid*)**

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam yang berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai Khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Prakteknya dalam bisnis:

- a. Tidak ada diskriminasi baik terhadap pekerja, penjual, pembeli, serta mitra kerja lainnya.
- b. Terpaksa atau dipaksa untuk menaati Allah SWT.
- c. Meninggalkan perbuatan yang tidak beretika dan mendorong setiap individu untuk bersikap amanah karena kekayaan yang ada merupakan amanah Allah SWT.

### **2. Keseimbangan (Keadilan)**

Prinsip keseimbangan bermakna terciptanya suatu situasi di mana tidak ada satu pihak pun yang merasa dirugikan, atau kondisi saling ridho (*'an taradhin*). Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.

### **3. Kehendak Bebas**

Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk mengambil semua tindakan yang diperlukan untuk memperoleh kemaslahatan yang tertinggi dari sumber daya yang ada pada kekuasaannya untuk dikelola dan dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan hidup, namun kebebasan dalam Islam dibatasi oleh nilai-nilai Islam. Dalam Islam kehendak bebas mempunyai tempat tersendiri, karena potensi kebebasan itu sudah ada sejak manusia dilahirkan di muka bumi ini. Namun, sekali lagi perlu ditekankan bahwa kebebasan yang ada dalam diri manusia bersifat terbatas, sedangkan kebebasan yang tak terbatas hanyalah milik Allah semata. Oleh karena itu perlu disadari setiap muslim, bahwa dalam situasi apa pun, ia dibimbing oleh aturan-aturan dan prosedur-prosedur yang didasarkan pada

ketentuan-ketentuan Tuhan dalam Syariat-Nya yang dicontohkan melalui Rasul-Nya.

#### 4. Pertanggung Jawaban (*Responsibility*)

Islam sangat menekankan pada konsep tanggung jawab, walaupun tidaklah berarti mengabaikan kebebasan individu. Ini berarti bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kehendak yang bertanggung jawab. Manusia harus berani mempertanggung jawabkan segala pilihannya tidak saja di hadapan manusia bahkan paling penting adalah kelak di hadapan Tuhan. Dalam dunia bisnis hal semacam itu juga sangat berlaku. Setelah melaksanakan segala aktifitas bisnis dengan berbagai bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang dikehendaki tercapai, atau ketika sudah mendapatkan keuntungan. Semua itu perlu adanya pertanggung jawaban atas apa yang telah pebisnis lakukan, baik itu pertanggung jawaban ketika ia bertransaksi, memproduksi barang, menjual barang, melakukan jual beli, melakukan perjanjian dan lain sebagainya.

#### 5. *Ihsan*

*Ihsan* artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah, dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita perbuat.

Etika bisnis Islam sebenarnya telah diajarkan Nabi SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi SAW sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq*, *amanah*, *fathanah*, dan *tabligh*, ciri-ciri itu masih ditambah dengan sifat *Istiqamah*.

1. *Shidiq*, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam.
2. *Istiqamah*, konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. *Istiqamah* dalam kebaikan ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.
3. *Fathanah*, berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

4. *Amanah*, tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. *Amanah* ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (kebajikan) dalam segala hal.
5. *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks *Corporate Social Responsibility* (CSR), para pelaku usaha atau pihak perusahaan dituntut bersikap tidak kontradiksi secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya. Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong. Pelaku usaha atau pihak perusahaan harus memiliki *amanah* dengan menampilkan sikap keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (berbuat yang terbaik) dalam segala hal, apalagi berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Dengan sifat *amanah*, pelaku usaha memiliki tanggung jawab untuk mengamalkan kewajiban-kewajibannya. Sifat *tabligh* dapat disampaikan pelaku usaha dengan bijak (hikmah), sabar, argumentatif dan persuasif akan menumbuhkan hubungan kemanusiaan yang solid dan kuat. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan memberi kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Metode dan Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif mengandung pengertian adanya upaya penggalian dan pemahaman pemaknaan terhadap apa yang terjadi pada berbagai individu atau kelompok, yang berasal dari persoalan social atau kemanusiaan.

### **B. Lokasi dan Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini dilakukan di PT. Trimitra Lestari Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan kawasan yang menjadi penerapan CSR.

### **C. Jenis dan Sumber Data**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. seperti observasi, wawancara, atau dari penyebaran kuesioner, dan dokumentasi.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui sumber kedua, seperti dari kepustakaan, buku, jurnal, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

### **1. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Trimitra Lestari**

Tinjauan etika bisnis Islam terhadap pelaksanaan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) di PT. Trimitra Lestari.

#### **a. Keesaan (Tauhid)**

Keesan atau tauhid merupakan wujud keyakinan yang ditunjukkan dengan melakkan aktivitas bisnis yang diniatkan untuk mendapatkan Ridho Allah dan mencari keuntungan bukan hanya sebatas untuk kehidupan dunia tetapi juga untuk akhirat dengan keuntungan yang berlipat ganda. Menurut konsep ini, Allah adalah pencipta, pemilik dan sumber segala sesuatu, dan telah mempercayakan kepada umat manusia untuk menggunakan dan mengelolanya dengan cara yang bijaksana.

Prinsip tauhid dijalankan PT. Trimitra Lestari dengan memberikan bantuan dana untuk perbaikan sarana ibadah seperti masjid, selain itu juga memberikan bantuan dana untuk kegiatan keagamaan seperti Majelis Taklim, MTQ, Maulid Nabi dan bantuan dana kegiatan Takbir Akbar Hari Raya Idul Fitri. Kegiatan ini sebagai wujud implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan melakukan kontribusi atas ridho Allah SWT.

#### **b. Keseimbangan (*equilibrium*)**

Dalam beraktivitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yg tidak disukai. Sifat keseimbangan atau keadilan adalah ketika korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada



hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.

Allah SWT memerintahkan kepada seluruh hamba-Nya untuk berlaku adil dalam setiap perbuatan seperti yang terdapat dalam Surat al-Maidah 5 ayat 8 :

*Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah kebencianmu sekali-kali terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil, berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amah mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Pada saat sebuah perusahaan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka akan mendapatkan keuntungan di dalamnya. Begitu juga masyarakat, mereka juga seharusnya mendapatkan keuntungan dari perusahaan.

PT. Trimitra Lestari menerapkan prinsip keseimbangan atau keadilan dalam proses pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mereka lakukan yang dimana perusahaan bukan hanya menjalankan program sosial saja, tetapi juga menjalankan program yang lain seperti program pendidikan, lingkungan, infrastruktur, kesehatan dan ekonomi. Dengan demikian hak-hak masyarakat dapat terpenuhi, baik dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, lingkungan, infrastruktur dan sosial. Selain itu keadilan dilakukan mulai dari proses seleksi sampai terjalinnya kerjasama dengan masyarakat sekitar perusahaan.

c. Kehendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Dalam Islam setiap individu memiliki kebebasan untuk mengambil keputusan dan bertindak dalam kehidupan mereka. Namun, kebebasan ini diimbangi dengan tanggung jawab terhadap Allah SWT, sesama manusia, dan masyarakat. Prinsip ini mengajarkan bahwa kebebasan individu untuk mengambil keputusan bisnis harus dijalankan dengan mempertimbangkan aspek etika, keadilan dan keberlanjutan. Prinsip kehendak bebas dalam etika bisnis Islam diimbangi dengan tanggung jawab individu, keadilan, ketaatan pada hukum Allah, kemaslahatan umum dan etika yang baik. Kehendak bebas individu dalam dunia bisnis harus digunakan dengan bijaksana dan dalam batas-

batas yang ditentukan oleh Islam, demi mencapai tujuan yang baik dan menghindari kerugian bagi diri sendiri, masyarakat dan lingkungan.

PT. Trimitra Lestari memiliki kebebasan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, tetapi walaupun memiliki kebebasan perusahaan tetap memperhatikan aturan-aturan atau tanggungjawab perusahaan dengan menjalankan berbagai program *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

d. Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Prinsip tanggung jawab dalam etika bisnis islam mendorong pebisnis untuk tidak hanya mencari keuntungan materi, tetapi juga memberikan perubahan positif dalam masyarakat. Dengan mematuhi prinsip ini, para pebisnis Islam diharapkan dapat mencapai kesuksesan yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang lebih banyak bagi masyarakat. Salah satu tujuan diterapkannya *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam sebuah perusahaan adalah untuk menunjukkan tanggung jawabnya dengan implementasi program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang dilakukan dengan baik dari awal hingga akhir kegiatan yang masih terlaksana sampai saat ini.

Dalam hal ini PT. Trimitra Lestari telah memenuhi prinsip tanggungjawab dalam etika bisnis Islam karena menjalankan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* dari mulai berdirinya perusahaan hingga saat ini. Bentuk tanggungjawab PT. Trimitra Lestari dengan melaksanakan berbagai program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang bertujuan untuk memberikan manfaat dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada disekitar perusahaan.

Adapun program-program yang dijalankan PT. Trimitra Lestari yaitu Program Pendidikan, bantuannya berupa memberikan beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi, Program Kesehatan bantuannya berupa mengadakan kegiatan sunat massal, Program Ekonomi bantuannya berupa memberikan pupuk organik kepada masyarakat yang ada disekitar perusahaan, Program Infrastruktur bantuannya berupa bantuan material perbaikan jalan, dan bantuan perbaikan jalan, Program Lingkungan bantuannya memberikan benih ikan patin dan ikan lele untuk dilepaskan ke sungai, Program Sosial bantuannya berupa bantuan biaya pekan olahraga dan seni, bantuan biaya peringatan hari Kartini, bantuan biaya Maj'lis Taklim, bantuan biaya Takbir Akbar hari raya Idul Fitri, bantuan biaya HUT RI, bantuan biaya peringatan Maulid Nabi, bantuan biaya pembangunan Masjid, bantuan sembako, dan bantuan biaya Mtq.

e. Ihsan (*Benevolence*)

Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik didunia maupun diakhirat. Dalam konteks bisnis ihsan adalah kehendak untuk melakukan kebaikan hati dan meletakkan bisnis pada tujuan berbuat kebaikan. Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semangat *ihsan* akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah berbuat karena atas ridho Allah SWT. Setiap perusahaan memiliki anggaran untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR). hal ini berarti perusahaan menerapkan kebaikan kepada masyarakat dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR).

PT. Trimitra Lestari menerapkan kebaikan dengan mengeluarkan dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang digunakan untuk menjalankan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian PT. Trimitra Lestari sudah memenuhi prinsip *ihsan* karena telah mengeluarkan dana dan menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Dari pemaparan kelima unsur di atas terlihat bahwa pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT.Trimitra Lestari telah memenuhi prinsip-prinsip yang menjadikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian penulis, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dijalankan PT. Trimitra Lestari ada beberapa program, yaitu: Program Pendidikan, Program Kesehatan, Program Ekonomi, Program Infrastruktur, Program Lingkungan, dan Program Sosial. Dari pelaksanaan program-program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Trimitra Lestari, masyarakat sudah mendapatkan berbagai manfaat yang didapatkan, hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat yang ada disekitar perusahaan. Namun masih ada beberapa program yang perlu ditingkatkan seperti yang dijelaskan masyarakat, dimana masyarakat mengharapkan adanya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang bisa memberdayakan dan mensejahterakan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT. Trimitra Lestari telah memenuhi prinsip-prinsip yang sesuai dengan

pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam tinjauan Etika Bisnis Islam, yaitu keesaan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Buku:**

- Abdul Aziz. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Ainur Rohimah dan Kukuh Sinduwiatmo. *Corporate Social Responsibility dan Community Development*. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2020.
- An Ras Try Astuti. *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Parepare: IAIN Parepare Press, 2022.
- Azizul Kholis. *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi*. Medan: Economic & Business Publishing 2020.
- Nihayatul Masykuroh. *Etika Bisnis Islam*. Banten: Media Karya 2020.
- Siti Maro'ah. *Etika Dalam Bisnis Berbasis Syariah*. Surabaya: 2019.
- Sisca Dkk. *Corporate Social Responsibility Perusahaan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung 2022.
- Jumadiyah Dkk. *Penerapan Prinsip Corporate Social Responsibility*. Aceh: Unimal Press 2018.
- Naning Fatmawatie. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Kediri: STAIN Kediri Press, 2018.
- Munawir Nasir. *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis*. Makassar: Cv. Social Politic Genius SIGn, 2019.
- Dicky Sony Saputra dan Ali Muhtarom. *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Moderasi Beragama: Konsep Dan Pendekatan Dalam Etika Bisnis Islam di Lembaga Keuangan Syariah*. Banten: Media Madani 2020.
- Rahmat Hidayat dan Muhammad Rifa'i. *Etika Manajemen Perspektif Islam*. Medan: LPPI, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

### **Skripsi dan Jurnal:**

- Afif, Mufti. *Corporate Social Responsibility Dalam Perpektif Islam*. *Islamic Economics Journal* 3. No.2 (20 Desember 2017).
- Alif Alfiansyah. *Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Corporate Social Responsibility PT. Garuda Food Kabupate Pati*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.
- Amalia, Fitri. *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Pelaku Usaha Kecil*.
- Darmawati, *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Islam: Jurnal Ekonomi Perspektif Islam* No. 1, 2014.
- Devi Sulisningtyas, Ike. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Program Kampanye Sosial: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 3, No.1.
- Hulaimi, Ahmad, *Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 1, 2017.
- Juliani, Erly, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Ummul Qura, Vol. VII, No. 1, 2016.

- Maisya, *Implementasi Islamic Corporate Socoial Responsibility PT. Semen Indonesia*, Jurnal Ekonomi Syariah dan Terapan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, Vol. 3, No. 9, 2016.
- Marnelly, T Romi. *Corporate social responsibility Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia: Jurnal Aplikasi Bisnis* Vol. 1, No. 1, 2011.
- Marzuqi, Ahmad Yusuf, and Achmad Badarudin Latif. *Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7, No. 1, 2010.
- Muhammad Hamdani & T. Rifqy Thantawi. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Corporate Social Responsibility pada BPRS Amanah Ummah*. Jurnal Nisbah, Vol. 4, No. 1, 2018.
- Nawatmi, Sri. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Fokus Ekonomi, Vol. 9, No. 1, 2010.
- Novita Sa'adatul. *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. Skripsi, UIN Walisongo, Semarang, 2015.
- Rahmat, Biki Zulfikri. *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. No. 1.
- Saifullah, M. *Etika bisnis Islami dalam praktek bisnis Rasulullah*. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 2011.
- Stikubank, Unisversitas. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. No. 1, 2010.
- Syukron, Ali. *CSR dalam Perspektif Islam dan Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 5, No. 1 .2015.
- Sunaryo. *Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Pembangunan Berkelanjutan*. Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 7, No. 1, 2013.
- Zulfikri Rahmat, Bikri. *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. Amwaluna : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, Vol. 1, No. 1, 2017.
- Yenti Afrida & Rahmi Khairani. *Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 2, 2018.
- Alfi Sahra Ramadhani, Skripsi. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Perspektif Islam Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dengan Penguatan Community Development (Studi Pada PT. Surya Raya Lestari II di Sulawesi Barat)*. UIN Alauddin Makassar, 2017.
- Apriani, Riska, Skripsi. *Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Respon Masyarakat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, (Studi Kasus PT Sinar Bambu Kencana, Kec. Gunung Sugih, Kab. Lampung Tengah)*. IAIN Metro, 2019.
- Erliani, Reni, Skripsi. *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan Perspektif Syari'ah (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia KCP Curup)*. IAIN Bengkulu, 2019.
- Lila Setiana, Skripsi. *Implementasi Corporate Social Responsibility Pada PT. Taspen Kantor Cabang Purwokerto Perspektif Etika Bisnis Islam*. IAIN Purwokerto, 2018.
- Novia Sanches, Skripsi. *Implementasi Corporate Social Responsibility Untuk Kesejahteraan Masyarakat Desa Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam ( Studi Kasus PT. Perkebunan Nusantara IX Kebun Jolotigo Kabupaten Pekalongan)*. IAIN Pekalongan, 2019.

- Syaniatul Wida, Skripsi. *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam (Studi Pada PT. Telkom Bandar Lampung)*. 2017.
- Novita Sa'adatul Hidayah, Skripsi. *Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ganefo Mranggen Demak Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*. UIN Walisongo, Semarang, 2015.
- Dewi Kurnia Yasa, Skripsi. *Peran Corporate Social Responsibility (CSR) PT Elpindo Trikonco Wiradesa Kabupaten Pekalongan Terhadap Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. IAIN Pekalongan, 2020.
- Khairul Anwar, Skripsi. *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*. IAIN Pekalongan 2019.