

**PRAKTIK CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DI KOPERASI
KONSUMEN SYARIAH BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH (KKS BTM)
MULIA BABAT DALAM TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM**

Sri Mega Indah Umi Zulfiani

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : O200210013@student.ums.ac.id

Abstrak

Corporate social responsibility (CSR) ialah kegiatan pertanggungjawaban semua perusahaan. CSR dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan, perusahaan dalam perkembangannya senantiasa memelihara bisnisnya, nilai perusahaan yang tinggi bisa meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (shareholder). Selain itu CSR berkomitmen untuk berkontribusi berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam bisnis, etika sangat diperlukan, karena merupakan nilai-nilai akan baik buruknya, benar salahnya dalam kegiatan berbisnis. Dalam mencapai kesuksesan bisnis, etika bisnis islam seperti kejujuran, keadilan dan kemerdekaan elemen yang paling penting. Tujuan dari penelitian ini yakni guna menjelaskan 1) etika bisnis Islam dan Corporate responsibility 2) praktik CSR di KKS BTM Mulia Babat dalam etika bisnis. Metode yang digunakan Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini adalah Field Research. Penelitian menghasilkan 1) bahwa etika bisnis islam ada lima aksioma dasar yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, kebajikan dan tanggung jawab. 2) penerapan CSR di KKS BTM Mulia Babat sudah melakukan CSR sesuai dengan etika bisnis Islam, yaitu tanggungjawab terhadap konsumen, tanggungjawab terhadap karyawan, tanggungjawab terhadap investor dan tanggungjawab kepada lingkungan.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Corporate Social Responsibility

Abstract

Corporate social responsibility (CSR) is the responsibility of all companies. CSR is done to increase the value of the company, the company in its development always maintains its business, high corporate value can improve the welfare of shareholders (shareholders). In addition, CSR is committed to contributing to sustainable economic development by paying attention to corporate social responsibility. In business, ethics is very necessary, because it is the values of good and bad, right and wrong in business activities. In achieving business success, Islamic business ethics such as honesty, justice and fairness are the most important elements. The purpose of this research is to explain 1) Islamic business ethics and Corporate responsibility 2) CSR practices at KKS BTM Mulia Babat in business ethics. Methods used This research includes qualitative research. This type of research is Field Research. Research results 1) that Islamic business ethics there are five basic axioms namely unity, balance, free will, benevolence and responsibility. 2) the implementation of CSR in KKS BTM Mulia Babat has done CSR in accordance with Islamic business ethics, namely responsibility to consumers, responsibility to employees, responsibility to investors and responsibility to the environment.

Keywords: Islamic Business Ethics, Corporate Social Responsibility

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis adalah hal yang lumrah, ini terjadi karena merupakan tuntutan bagi setiap pengusaha untuk kelangsungan usaha dagangnya. Bagaimana mereka dapat melakukan strategi perdagangan agar bisa bertahan dalam persaingan atau bahkan mampu menjadi yang terbaik. Manusia sebagai makhluk ekonomi, harta untuk menjaga kelangsungan hidupnya, akibatnya manusia cenderung untuk selalu berusaha memperoleh harta kekayaan tersebut. Banyak cara untuk mendapatkan harta, salah satunya adalah dengan berusaha melalui pekerjaan atau bisnis. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.

Perusahaan dalam perkembangannya senantiasa memelihara bisnisnya guna meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan yang tinggi bisa meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham (*shareholder*), pemangku kepentingan). Dengan jaminan yang telah disepakati itu para pemegang saham tidak ragu menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Salah satu petunjuk untuk menilai suatu nilai perusahaan memiliki peluang baik atau tidak dimasa mendatang yaitu dengan meninjau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan petunjuk suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga elemen dalam penciptaan nilai perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, pemerintah telah membuat peraturan mengenai CSR sebagaimana disebutkan dalam Undang- Undang Perseroan Terbatas (UUPT) Nomor 40 Tahun 2007 bab V tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan pasal 74 ayat 1 bahwa: perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dalam setiap badan perusahaan pemberlakuan CSR memiliki perbedaan dan mempunyai karakteristiknya masing-masing. Perbedaan karakteristik ini membentuk identitas perusahaan yang bisa mempengaruhi komitmen pekerja dalam sebuah perusahaan. Secara tidak langsung juga CSR membangun image yang positif untuk perusahaan tersebut. Image positif ini juga bisa berpengaruh untuk terbentuknya citra perusahaan di mata *stakeholder* sehingga bisa memunculkan rasa kepercayaan yang kuat kepada perusahaan tersebut.

Sedangkan etika dalam Islam didefinisikan sebagai sejumlah perilaku etis bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah Allah SWT dan menjauhi larangannya. Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari. Etika Islam memberi sanksi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika.

Etika bisnis Islami adalah bisnis yang memajukan nilai-nilai yang terkandung dalam AlQuran. Etika bisnis islam mengantongi beberapa nilai inti, antara lain: Kesatuan (tauhid/keesaan), kesetimbangan (equilibrium), kebebasan (free will), tanggung jawab (responsibility), kebenaran (ihsan/kebaikan). Islam sendiri merupakan agama yang lengkap dan menyeluruh. Disebut lengkap karena segala faktor tentang kehidupan sehari-hari diatur dalam Islam dan disebut sebagai agama yang menyeluruh karena keabsahannya dalam Islam tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Kebanyakan dari kita didalam bisnis mempunyai satu misi yang terkait dengan rencana-rencana. Kita mengarahkan energi dan sumber daya kita ke arah tujuan keberhasilan misi kita yang kita kembangkan sepanjang perjanjian-perjanjian. Para pemberi kerja tergantung pada karyawan, para pelanggan tergantung pada para penyalur, bank-bank tergantung pada peminjam dan pada setiap pelaku atau para pihak sekarang tergantung pada para pihak terdahulu dan ini akan berlangsung secara terus menerus. Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri. Allah SWT berfirman dalam surah al-Araf yang artinya “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah Allah memperbaikinya dan berdo’alah kepada Allah dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan akan dikabulkan. Sesungguhnya Rahmat Allah sangat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik”.

Seiring dengan perkembangan zaman, tingkat kesadaran suatu perusahaan akan lingkungan menjadi salah satu tolak ukur perusahaan untuk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta goodwill. Tren dunia saat ini menyiratkan bahwa strategi Corporate Social Responsibility (CSR) bukan lagi dianggap sebagai biaya (cost) bagi perusahaan, melainkan dianggap sebagai investasi jangka panjang. Konsep triple bottom line atau 3P (profit, people, planet) yang dikemukakan oleh John Elkington menjadi terobosan besar dalam dunia CSR. Dalam konsep

tersebut jika perusahaan ingin sustain, maka perusahaan perlu memperhatikan 3P, yakni bukan hanya profit yang menjadi tujuan utama, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Penelitian ini memiliki keorsinilan yang focus pada CSR dan KKS BTM Mulia Babat. Ada beberapa penelitian terdahulu yang meneliti hal serupa, yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Irsadunas yang berjudul Tinjauan Etika Bisnis Islam dalam Pengelolaan Corporate Social Responsibility. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa ditinjau dari etika bisnis Islam, dari lima aksioma yang mencakup unity (tauhid), equilibrium ('adl), free will (ikhtiyar), benevolence (*al-ihsan*), dan responsibility (almas'uliyah), namun ada satu aksioma yang tidak tergambar dalam program CSR PT. Gersindo Minang Plantation yaitu responsibility (almas'uliyah).

Penelitian lain juga dilakukan oleh Alif Arfiansyah, 2020 dalam jurnal Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam yang berjudul Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam *Corporate Social Responsibility* PT. Garudafood Kabupaten Pati. penelitian ini menjelaskan tentang tinjauan etika bisnis islam dalam corporate social responsibility (CSR), data yang diambil menggunakan metode penelitian kualitatif yang menghasilkan bahawasannya penerapan bentuk pertanggung jawaban sosial sesuai dengan etika bisnis Islam, masyarakat diuntungkan dengan pendirian PT. Garuda Food seperti adanya perekrutan karyawan dan sering diadakanya acara-acara social. Jadi kedua belah pihak sama-sama diuntungkan. PT. Garuda Food telah menerapkan berbagai bentuk pertanggung jawaban sosial perusahaan kepada sesama manusia tanpa dibatasi oleh waktu, apa bentuknya bisa materiil maupun non materiil, besarnya jumlah, dan kepada siapa pertanggung jawaban itu diberikan asalkan semua didasarkan kepada keiklasan dan didasarkan pada syariat.

Tujuan penelitian ini adalah 1) menjelaskan tentang etika bisnis islam dan menjelaskan tentang Corporate Social Responsibility (CSR); dan 2) pengelolaan CSR KKS BTM Mulia Babat ditinjau dari etika bisnis islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Jenis penelitian ini adalah *Field Research* (penelitian lapangan) Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi KKS BTM Mulia Babat. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari buku dan situs-situs internet yang berisi tentang ekonomi, etika Bisnis Islam, Tanggung

Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Perusahaan, tentang Lingkungan. Lokasi penelitian terletak di Jl. Pramuka Kelurahan Babat No.200, Tanggul Rejo, Babat, Kec. Babat, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur 62271.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika Bisnis Islam

Dalam pandangan Islam terkhusus pada ekonomi Islam, bisnis dan etika tidak harus dipandang sebagai dua hal yang saling bertentangan. Bisnis merupakan simbol akan urusan duniawi namun juga dianggap sebagai bagian integral dari beberapa hal yang bersifat investasi akhirat. Oleh karenanya, jika orientasi bisnis dan upaya investasi akhirat (diniatkan sebagai ibadah dan merupakan totalitas kepatuhan kepada Tuhan), maka bisnis dengan sendirinya harus sejalan dengan kaidah-kaidah moral yang berlandaskan keimanan kepada akhirat. Bahkan dalam Islam, pengertian bisnis itu sendiri tidak dibatasi urusan dunia, tetapi mencakup pula seluruh kegiatan kita di dunia yang “dibisniskan” (diniatkan sebagai ibadah) untuk meraih keuntungan atau pahala akhirat.

Dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma etika yang berbasiskan Al-Quran dan Hadits yang harus dijadikan pedoman oleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Jadi, etika adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu atau kelompok, sedangkan bisnis adalah kegiatan-kegiatan teratur melayani suatu kebutuhan yang bersifat umum sambil memperoleh pendapatan dan laba maupun yang tidak mengejar pendapatan. Maka dapat ditarik kesimpulan definisi dari etika bisnis Islam adalah segala prinsip tingkah laku individu dalam melakukan segala kegiatan usaha yang bertujuan untuk mencapai masalah dengan berpedoman kepada Al-Quran dan Hadits yang diajarkan nabi Muhammad SAW.

Etika bisnis Islam hakikatnya telah diajarkan Nabi SAW saat beliau menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi SAW sebagai pedagang ialah, selain dedikasi dan keuletannya, beliau juga memiliki sifat *shidiq*, *fathanah*, *amanah* dan *tabligh*, ciri-ciri itu masih ditambah dengan sifat *Istiqamah*. *Shidiq* artinya jujur, berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan oleh Islam. *Istiqamah* atau 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. *Fathanah* artinya cerdas, maka dapat diartikan dalam konteks ini adalah 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. *Amanah* artinya dapat dipercaya, maka perusahaan harus mempunyai sifat tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan *ihsan* (kebajikan) dalam segala hal. *Tablig*, mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Para pelaku usaha dituntut mempunyai kesadaran mengenai etika dan moral, karena keduanya merupakan kebutuhan yang harus dimiliki. Pelaku usaha atau perusahaan yang ceroboh dan tidak menjaga etika, tidak akan berbisnis secara baik sehingga dapat mengancam hubungan sosial dan merugikan konsumen, bahkan dirinya sendiri.

Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Sejumlah aksioma dasar mengenai hal-hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya, dirumuskan dan dikembangkan oleh ilmuwan. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Unity* (persatuan): konsep tauhid, aspek sosiologi ekonomi politik dan alam, semuanya milik Allah SWT dimensi vertikal hindari diskriminasi di segala aspek, hindari kegiatan yang tidak etis.
2. *Equilibrium* (keseimbangan): konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan.
3. *Free Will* (kehendak bebas): kebebasan melakukan kontrak namun menolak *laizez fire* (*invisible hand*), karena nafsu amarah cenderung mendorong pelanggaran sistem responsibility, manusia harus bertanggung jawab atas perbuatannya. Bila orang lain melakukan hal yang tidak etis berarti boleh ikut-ikutan.
4. *Benevolence* (manfaat/kebaikan hati): ihsan atau perbuatan yang harus bermanfaat.
5. *Responsibility* (tanggung jawab): segala perbuatan yang dilakukan oleh setiap individu akan dipertanggungjawabkan di depan Allah SWT. Manusia selaku khalifah mengelola sumber daya yang ada untuk mendapatkan kemaslahatan dan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut The World Business Council for Sustainable Development CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja

dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, berikut komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) menjadi suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam kebebasan menjalani praktek bisnis dan memperoleh sumber daya perusahaan. Bisnis dalam Islam memiliki posisi yang sangat mulia juga strategis karena bukan hanya sekedar diperbolehkan di dalam Islam, melainkan justru diperintahkan oleh Allah dalam Alqur'an Surat Al-Jumu'ah Ayat 148:

تَقْلُحُونَ أَعْلَانَكُمْ تَبَيَّرًا اللَّهُ وَادْكُرُوا اللَّهَ فَضَّلَ مَنْ وَابْتَعُوا أَرْضَ فِي فَانْتَشِرُوا الصَّلَاةَ فَضِيَّتِ فَإِذَا

Artinya: *Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.* (Q.S. Al Jumuah(62) ayat 10).

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara prihatin terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan. Nuryana menyatakan, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

CSR merupakan komitmen bisnis yang berperan untuk pembangunan ekonomi, mendukung kerjasama antar karyawan dengan pimpinan, menciptakan komunikasi sosial terhadap guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, dengan cara-cara yang baik bagi kegiatan dan pengembangan perusahaan. Dalam pelaksanaannya CSR sangat tergantung dari nilai etika yang dimiliki oleh manajemen perusahaan sebagai pembuat keputusan strategis. Defenisi lain CSR adalah suatu konsep bagaimana perusahaan berusaha mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan serta stakeholders atas dasar "voluntary" dalam melakukan aktivitas usahanya. Pengintegrasian ini tidak hanya kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan yang ada, tetapi meliputi kerelaan berinvestasi ke dalam pengembangan manusia, lingkungan, dan hubungan dengan *stakeholders*.

CSR dalam menjalankan tanggungjawab sosialnya didasari oleh tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah triple bottom lines (3P), yaitu Profit, People, dan Planet. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memadai, sebab profit merupakan pondasi bagi perusahaan untuk dapat beroperasi dan berkembang.

Di Indonesia, CSR gencar dikampanyekan oleh *Indonesia Business Link* (IBL). Disini terdapat lima pilar aktivitas CSR, yakni (Rahman, 2009)

1. *Building Human Capital*

Berkaitan dengan internal perusahaan untuk menciptakan SDM yang andal, disisi lain perusahaan juga dituntut melakukan pemberdayaan masyarakat.

2. *Strengtening economies*

Perusahaan harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitarnya agar terjadi pemerataan kesejahteraan.

3. *Assessing social chesion*

Upaya menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitar agar tidak timbul konflik

4. *Encouraging good governance*

Perusahaan dalam menjaga bisnisnya mengacu pada *Good Corporate Governance* (GCG)

5. *Protecting the environment*

Mengharuskan perusahaannya untuk menjaga lingkungan sekitarnya.

CSR telah menjadi salah satu dimensi kunci dari reputasi perusahaan dan menjadi identitas, image, dan keberhasilan organisasi perusahaan ketika dibandingkan dengan dimensi lainnya. CSR memicu proses pembentukan citra perusahaan. Dalam hubungannya dengan adanya keberhasilan perusahaan, pengaruh praktek CSR bervariasi berdasarkan ukuran perusahaan, industri dan anggaran pemasaran.

Ruang Lingkup Tanggung Jawab Sosial (CSR)

CSR berkaitan dengan cara suatu bisnis bertindak terhadap kelompok dan pribadi lainnya dalam lingkungan sosialnya. Kelompok dan individu tersebut disebut sebagai pihak pemercaya dalam organisasi (*organization stakeholders*). Pihak pemercaya dalam organisasi yaitu kelompok, orang dan organisasi yang langsung dipengaruhi oleh praktikpraktik suatu organisasi dan, dengan demikian, berkepentingan terhadap kinerja organisasi itu.

Definisi tanggung jawab sosial dalam suatu perusahaan biasanya menghadapi empat hal yang harus dipertimbangkan yaitu: tanggung jawab terhadap lingkungan, konsumen, karyawan, dan investornya. Menurut Griffin dan Ebert hal yang harus dipertimbangkan tersebut yaitu:

1. Tanggung jawab terhadap lingkungan

Tanggung jawab sosial (CSR) terhadap lingkungan merupakan kepedulian akan perusahaan dalam mengendalikan operasionalnya agar tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar, tetapi seharusnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Tanggungjawab ini merupakan tanggung jawab perusahaan untuk turut menjaga sumber daya alam demi kepentingan masyarakat luas, yang meliputi

penanggulangan atas polusi (udara, air, tanah), pembuangan limbah beracun, sistem daur ulang dan keikutsertaan dalam lembaga lingkungan hidup.

2. Tanggung jawab terhadap konsumen.

Tanggung jawab sosial (CSR) terhadap konsumen pada umumnya ialah terbagi dua kategori, yaitu sebagai berikut: menyediakan produk-produk berkualitas dan menetapkan harga-harga secara adil. Perusahaanpun juga harus memperhatikan hak-hak konsumen, menghindari penetapan harga yang tidak wajar, etika dalam melakukan periklanan. Jika suatu perusahaan yang tidak bertanggung jawab terhadap pelanggannya akan kehilangan kepercayaan dalam bisnisnya. Sebagaimana deklarasi formal yang pertama dalam perlindungan hak-hak konsumen pada awal tahun 1960-an yang harus diperhatikan ialah: 1) Konsumen memiliki hak atas produk yang aman. 2) Konsumen mempunyai hak untuk didengar. 3) Konsumen mempunyai hak mengetahui seluruh aspek yang berkaitan dengan suatu produk. 4) Konsumen memiliki hak untuk memilih apa yang mereka beli.

3. Tanggung jawab terhadap karyawan.

Tanggung jawab perusahaan untuk menghargai karyawan sebagai seorang manusia, yang berarti menghargai perilaku karyawan sebagai individu yang bertanggung jawab secara etis. Bentuk tanggung jawab sosial (CSR) terhadap karyawan didasarkan pada aktivitas manajemen sumber daya manusia dalam melancarkan fungsi-fungsi bisnis seperti proses perekrutan, penerimaan, pelatihan, promosi dan pemberian kompensasi.

4. Tanggungjawab Terhadap Investor

Perusahaan bertindak bertanggung jawab terhadap para investor dengan cara mengelola sumber daya investor dan memperlihatkan status keuangan para investor secara jujur. Tanggungjawab investor merupakan tanggung jawab perusahaan untuk menjaga kelangsungan sumber daya keuangan perusahaan, yaitu dengan menghindari beberapa hal, antara lain manajemen financial yaitu tidak sesuai, cek kosong, perdagangan orang dalam, penyimpanan laporan keuangan dan sebagainya.

Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Prinsip CSR dari pendekatan tata kelola perusahaan (*Good Corporate Governance*) ada empat yaitu (Wahyudi & Azheri, 2011):

1. Kewajaran (*fairness*)

Prinsip ini diwujudkan antara lain dengan membuat peraturan perusahaan yang melindungi kepentingan pemegang saham minoritas, serta pemangku kepentingan. Semua itu dituangkan dalam bentuk pedoman perilaku perusahaan (*corporate conduct*) dan/atau kebijakan-kebijakan yang melindungi perusahaan terhadap perbuatan buruk orang dalam; self-dealing dan konflik kepentingan; menetapkan peran dan tanggung jawab komisaris, direksi, komite, termasuk sistem remunerasi; menyajikan informasi secara wajar atau pengungkapan secara penuh materil apa pun; mengedepankan equal job opportunity.

2. *Transparansi (transparency)*

Transparansi di sini lebih banyak pada hak-hak pemegang saham terutama berkaitan dengan pemberian informasi yang benar dan tepat waktu tentang perusahaan, berperan serta dalam pengambilan keputusan mengenai perubahan-perubahan yang mendasar atas perusahaan, dan turut memperoleh bagian dari keuntungan perusahaan.

3. *Akuntabilitas (accountability)*

Prinsip ini didasarkan atas balance of power antara manajer, pemegang saham, dewan komisaris dan auditor. Hal ini sebagai pertanggung jawaban manajemen pada para pemegang saham. Dengan cara menyiapkan laporan keuangan tepat waktu, mengembangkan komite audit dan risiko untuk mendukung fungsi pengawasan dewan komisaris, mengembangkan dan merumuskan kembali peran dan fungsi internal audit sebagai mitra bisnis strategis berdasarkan best practice.

4. *Responsibility*

Prinsip ini berdasarkan atas kesadaran dimana setiap kewenangan yang dimiliki mempunyai konsekuensi terhadap tanggung jawab, baik dalam bentuk tanggung jawab sosial, menghindari penyalahgunaan kekuasaan, menciptakan profesionalisme dan menjunjung etika serta memelihara lingkungan bisnis yang sehat.

Etika bisnis Islami adalah bisnis yang memajukan nilai-nilai yang terkandung dalam AlQuran. Etika bisnis Islam mengantongi beberapa nilai inti, antara lain: Kesatuan (*tauhid/keesaan*), kesetimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), kebenaran (*ihsan/kebaikan*). Islam sendiri merupakan agama yang lengkap dan menyeluruh. Disebut lengkap karena segala faktor tentang kehidupan sehari-hari diatur dalam Islam dan disebut sebagai agama yang menyeluruh karena keabsahannya dalam Islam tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam dalam Praktik *Corporate Social Responsibility* (Csr) Di Koperasi Konsumen Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah (KKS BTM) Mulia Babat Sejumlah aksioma dasar mengenai hal-hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya, dirumuskan dan dikembangkan oleh ilmuwan. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. CSR dalam tinjauan etika bisnis Islam meliputi lima dasar, Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Unity* (persatuan):

Konsep tauhid, yang memadukan seluruh aspek kehidupan baik ekonomi, sosial, politik budaya menjadi keseluruhan yang padu, konsisten dan teratur. Semuanya milik Allah SWT dimensi vertikal hindari diskriminasi di segala aspek, hindari kegiatan yang tidak etis. Kesatuan adalah sebagaimana menggambarkan konsep tauhid yang menyesuaikan keseluruhan aspek-aspek kehidupan umat islam baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial untuk menjadi kesatuan yang homogeny, dan juga mengutamakan konsep konsistensi dan kesesuaian yang lengkap. Implementasi dalam CSR adalah tidak adanya diskriminasi pada si penerima dana CSR. Tidak ada diskriminasi terhadap masyarakat yang menerima bantuan dana CSR. Diketahui apabila memenuhi syarat maka ia diterima dan sebaliknya, apabila ia tidak memenuhi syarat maka ditolak. Dalam bisnis Islam hal ini dikaji melalui fikih muamalah yaitu konsep *khiyar* yang membahas tentang hak melanjutkan atau menolak suatu perjanjian tanpa ada unsur paksaan dan dzolim.

Hal ini selaras dengan implemetasi CSR di KKS BTM Mulia Babat adanya fasilitas untuk beribadah. Selain itu peningkatan kualitas dan sebagai amal usaha dibidang ekonomi dan keuangan sebagai sarana sumber rezeki masyarakat, juga memberi dampak bagi peningkatan kualitas hidup masyarakat dan anggotanya.

2. *Equilibrium* (keseimbangan):

Konsep adil, dimensi horizontal, jujur dalam bertransaksi, tidak merugikan dan tidak dirugikan. Keseimbangan atau keadilan dalam islam menggambarkan dimensi horizontal yang memiliki hubungan dengan seluruh harmoni pada alam semesta. Dalam prinsip yang dipegang teguh oleh KKS BTM Mulia Babat adalah Prinsip keterpaduan, artinya adanya nilai-nilai spiritual dan moral Islam dalam menggerakkan dan mengarahkan etika bisnis yang dinamis, *proaktif*, *progresif*, adil, dan berakhlak mulia. Dalam program CSR-nya dikatakan adil dalam penerapannya dan berusaha untuk tidak

mementingkan kepentingan diri sendiri tetapi juga peduli terhadap sesama. Dalam hal ini, perusahaan tidak hanya melaksanakan CSR untuk keuntungan pribadi tetapi harus memastikan bahwa program CSR tersebut sudah sesuai dengan si penerima manfaat.

3. *Free will* (kehendak bebas):

Dalam islam kehendak bebas memiliki tempat tersendiri, dikarenakan potensi kebebasan setiap manusia sudah ada sejak mereka dilahirkan di dunia. Namun, kebebasan manusia bersifat terbatas, karena hanya Allah Swt yang mempunyai kebebasan yang tidak terbatas. Oleh karena itu, setiap umat muslim harus menyadari bahwa dalam situasi apapun, mereka telah mengikuti sebuah prosedur atau aturan yang sudah didasarkan pada ketentuan Allah Swt. kebebasan melakukan kontrak namun menolak *laizez fire (invisible hand)*, karena nafsu amarah cenderung mendorong pelanggaran sistem responsibility, manusia harus bertanggung jawab atas perbuatannya.

4. *Benevolence* (kebaikan hati/kebenaran):

Ihsan atau perbuatan yang harus bermanfaat. Kebenaran disini juga meliputi tentang kebajikan dan kejujuran. Arti kebenaran dalam konteks bisnis adalah sebagai niat, sikap dan perilaku yang benar meliputi proses transaksi, proses mencari sebuah komoditas, proses pengembangan dan proses upaya meraih margin keuntungan laba rugi. Kebenaran meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran sama persisnya dengan al-ihsan yaitu niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan.

Hal ini pula selaras dengan prinsip yang dipegang teguh oleh KKS BTM Mulia Babat Prinsip profesionalisme, yaitu semangat kerja yang tinggi yang dilandasi dengan keimanan. Sehingga kerja seluruh staf di BTM Mulia tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia saja, tetapi juga untuk bekal di akhirat. Profesionalisme di sini juga dimaknai sebagai kerja keras dan cerdas yang dilandasi dengan bekal pengetahuan yang memadai, ketrampilan yang terus ditingkatkan, serta niat dan ghirah yang kuat. Seluruh pengelola pada setiap tingkatan, semua pengurus dan anggotanya, serta para nasabahnya, diciptakan rasa kekeluargaan, sehingga dalam aktifitasnya akan terbangun kesadaran untuk saling menanggung dan saling melindungi.

5. *Responsibility* (tanggung jawab):

Segala perbuatan yang dilakukan oleh setiap individu akan dipertanggungjawabkan di depan Allah SWT. Manusia selaku khalifah mengelola sumber daya yang ada untuk mendapatkan kemaslahatan dan dipertanggungjawabkan di akhirat kelak. Di dunia bisnis hal ini juga sangat berlaku, karena setelah melakukan segala kegiatan bisnis dengan bermacam-macam bentuk kebebasan, bukan berarti semuanya selesai saat tujuan yang kita inginkan tercapai. Semua ini perlu mempunyai pertanggung jawaban atas apa yang telah dilakukan oleh pebisnis, baik pertanggungjawaban Ketika melakukan transaksi, melakukan produksi barang, menjual barang dan jual beli, serta melakukan perjanjian. Begitu pula dengan BTM Mulia Babat sebagai suatu lembaga keuangan syariah yang professional, BTM Mulia memiliki sekian banyak tugas yang harus dilaksanakan mulai dari penggalangan dana hingga penyaluran dana kembali kepada masyarakat yang membutuhkan, guna menggerakkan lembaga keuangan yang bertanggung jawab baik kepada persyarikatan Muhammadiyah maupun kepada masyarakat.

Praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR) Di Koperasi Konsumen Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah (KKS BTM) Mulia Babat Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam

Etika bisnis islam sangat berpengaruh terhadap pola bisnis yang dijalankan, karena etika bisnis merupakan suatu aturan atau tata nilai yaitu tentang baik, buruk, benar dan salahnya dalam dunia bisnis yang didasarkan pada prinsip-prinsip moral. Dengan kata lain dapat diartikan sebagai aturan yang digunakan oleh pelaku bisnis dimana mereka harus punya komitmen dalam tiap transaksi atau berperilaku dimaksud agar bisnisnya terus berkembang dan tidak ada kendala sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, lantaran misi diutusny Rasulullah SAW ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup Husnul Khuluq. Pada derajat ini Allah SWT akan melapangkan hatinya, dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis.

Banyak cara untuk mendapatkan harta, salah satunya adalah dengan berusaha melalui pekerjaan atau bisnis. Sedangkan salah satu bentuk dari pekerjaan yang banyak dilakukan oleh manusia adalah berdagang atau bisnis. Dengan begitu kita sebagai muslim harusnya

mengetahui bahwasannya semua hal yang berkaitan dengan muamalah sudah diatur dalam etika berbisnis secara Islam, dimana setiap tindakan yang dilakukan harus sesuai dengan dasar ajaran-ajaran agama Islam.

CSR merupakan komitmen bisnis yang berperan untuk pembangunan ekonomi, mendukung kerjasama antar karyawan dengan pimpinan, menciptakan komunikasi sosial terhadap guna meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar, dengan cara-cara yang baik bagi kegiatan dan pengembangan perusahaan. Dalam pelaksanaannya CSR sangat tergantung dari nilai etika yang dimiliki oleh manajemen perusahaan sebagai pembuat keputusan strategis.

Sebagaimana apa yang dilalukan oleh Di Koperasi Konsumen Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah (KKS BTM) Mulia Babat dalam memberikan jasanya kepada para konsumnen, KKS BTM Mulia Babat merupakan Koperasi yang mengedepankan pembangunan ummat sesuai dengan akronim Mulia yakni “Membangun Ummat lewat ilmu dan amal”, diyakini mampu membangun masyarakat lewat ekonomi yang berasas syariah yang nantinya dapat bermanfaat bagi persyarikatan khususnya dan juga khalayak Umum.

Dalam kaitannya dengan etika bisnis Islam, bahwasanya dalam menjalankan usaha tidak merugikan orang lain, masyarakat dan lingkungan. Jadi dengan penerapan bentuk pertanggung jawaban sosial sesuai dengan etika bisnis Islam masyarakat akan diuntungkan dengan berdirinya KKS BTM Mulia Babat sebagai Amal Usaha Muhammadiyah oleh Pimpinan Cabang Muhammadiyah Babat, misalnya salah satunya yaitu dengan adanya perekrutan karyawan, sering diadakanya acara-acara sosial yang di laksanakan sebagai salah satu wujud pertanggung jawabannya, dan perusahaan pun tidak akan ada masalah dengan masyarakat sekitar. Begitu pula dengan apa yang telah dilalukan oleh KKS BTM Mulia Babat dapat dipaparkan oleh peneliti sebagai berikut:

a. Bentuk Pertanggung Jawaban Bisnis Terhadap Konsumen

Selanjutnya bentuk tanggung jawab sosial terhadap konsumen oleh KKS BTM Mulia Babat adalah memberikan berbagai produk jasa yang dapat membantu masalah masyarakat dalam bidang pembiayaan, baik dari modal usaha, tabungan, serta menghimpun dana masyarakat dalam infaq, shodaqoh, zakat yang nantinya akan dikelola menjadi dana produktif. Yang menjadi icon dari KKS BTM Mulia Babat dalam tanggungjawab terhadap konsumen adalah adanya strategi “Jemput Bola” dimana karyawan pergi ke lapangan untuk 1) Menarik tabungan kepada nasabah yang ada diluar pasar Leksono. 2) Melayani calon anggota baru yang akan melakukan pembiayaan. 3) Melakukan penagihan pembiayaan dengan kunjungan langsung ke

anggota. Dengan ini dapat memudahkan para konsumen tanpa harus datang ke kantor KKS BTM Mulia Babat, begitu pula dalam etika bisnis islam ini merupakan pemenuhan hak-hak konsumen.

b. Tanggungjawab Terhadap Karyawan

Bentuk tanggung jawab sosial (CSR) terhadap karyawan didasarkan pada aktivitas manajemen sumber daya manusia dalam melancarkan fungsi-fungsi bisnis seperti proses perekrutan, penerimaan, pelatihan, promosi dan pemberian kompensasi. Perilaku tanggung jawab sosial terhadap para karyawan memiliki komponen hukum dan sosial. Seperti hal yang telah dilaksanakan oleh konsep yang dimiliki KKS BTM Mulia Babat perekrutan karyawan, pelatihan para karyawan baru dan mahasiswa magang, sering diadakannya acara-acara sosial, pemberian dana untuk kegiatan ortom-ortom yang mengajukan dana bantuan kepada KKS BTM Mulia Babat, serta setiap karyawan dapat fasilitas dalam kesehatan seperti BPJS. Semua karyawan diberi kesempatan yang sama tanpa memandang faktor-faktor suku, jenis, kelamin, atau faktor lainnya yang tidak relevan dengan bisnis. Memberikan fasilitas-fasilitas yang memadai untuk kelancaran dalam bekerja dan dapat meningkatkan kinerja karyawan.

c. Tanggungjawab Terhadap Investor

Perusahaan bertindak bertanggung jawab terhadap para investor dengan cara mengelola sumber daya investor dan memperlihatkan status keuangan para investor secara jujur. Tanggungjawab investor merupakan tanggung jawab perusahaan untuk menjaga kelangsungan sumber daya keuangan perusahaan, yaitu dengan menghindari beberapa hal, antara lain manajemen financial yaitu tidak sesuai, cek kosong, perdagangan orang dalam, penyimpanan laporan keuangan dan sebagainya. Bentuk tanggungjawab KKS BTM Mulia Babat terhadap investor yaitu dengan diadakannya laporan pertanggungjawaban pengurus dan pengawas setiap tahunnya, ini termasuk pada etika bisnis islam yaitu ada kewajaran (*fairness*), transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), dan tanggung jawab (*responsibility*). kepada pada pemegang saham ataupun para anggota dan konsumen KKS BTM Mulia Babat.

d. Tanggungjawaban terhadap lingkungan

Tanggung jawab sosial (CSR) terhadap lingkungan merupakan kepedulian akan perusahaan dalam mengendalikan operasionalnya agar tidak merugikan masyarakat dan lingkungan sekitar, tetapi seharusnya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Bentuk-bentuk tanggungjawab sosial terhadap lingkungan yang harus

diperhatikan ialah kepedulian atas polusi udara, air, tanah, pembuangan limbah beracun, daur ulang dan lain sebagainya. Dalam pertanggungjawab terhadap lingkungan ini, KKS BTM Mulia Babat belum melakukan kegiatan yang bersangkutan dengan lingkungan. Karena KKS BTM Mulia Babat masih akan terfokus pada bidang sosial, baik kepada konsumen, karyawan dan kepada investor.

KESIMPULAN

Penjelasan tentang etika bisnis islam adalah segala hal yang dipegang teguh oleh perilaku individu dalam melakukan segala kegiatan bisnis/usaha yang bertujuan untuk mencapai masalah dengan berpedoman kepada Al-Quran dan Hadits yang diajarkan nabi Muhammad SAW. Aksioma Dasar dalam etika bisnis Islam yaitu *unity* (persatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *benevolence* (manfaat/kebaikan hati), *responsibility* (tanggung jawab), *shiddiq*, *istiqamah*, *fathanah*, *amanah*, *tablig*.

CSR (Corporate social responsibility) adalah komitmen perusahaan berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara prihatin terhadap aspek ekonomi, sosial serta lingkungan. Prinsip CSR yaitu ada kewajaran (*fairness*), transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), dan tanggung jawab (*responsibility*). Penetapan adanya bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* didasarkan atas rasa tanggung jawab KKS BTM Mulia Babat kepada masyarakat sekitar. KKS BTM Mulia Babat telah melakukan bentuk-bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)* bidang sosial, bidang ekonomi, akan tetapi dalam budang lingkungan masih adanya kurang untuk melengkapi bentuk-bentuk CSR yang sesuai. Kami sebagai penulis berharap adanya penulisan ini nantinya akan menjadi referensi kepada pihak KKS BTM Mulia Babat untuk lebih melaksanakan CSR dengan sempurna. Agar merata dalam semua bidang, baik di bidang sosial, ekonomi dan lingkungan (alam).

Penerapan dalam bentuk pertanggung jawaban sosial sesuai dengan etika bisnis Islam, Bersama¹⁴⁵¹⁴⁵ⁿ diuntungkan dengan pendirian KKS BTM Mulia Babat, yang mana bentuk pertanggungjawaban dalam pelaksanaannya yaitu baik dari tanggungjawab sosial terhadap konseumen, tanggungjawab sosial terhadap karyawan, tanggungjawab sosial terhadap investor dan tanggungjawab terhadap lingkungan. Sebagaimana contoh adanya perekrutan karyawan dan sering diadakanya acara-acara sosial, pemberian dana untuk kegiatan ortom-ortom yang mengajukan dana bantuan kepada KKS BTM Mulia Babat. Jadi kedua belah pihak sama-sama

diuntungkan baik dari Bersama146146n sekitar, Bersama146146n secara luas maupun bagi KKS BTM Mulia Babat, yang mana telah menerapkan berbagai bentuk pertanggung jawaban sosial Bersama146146n kepada Bersam manusia tanpa dibatasi oleh waktu, apa bentuknya bisa Bersama 146 maupun non Bersama 146, besarnya jumlah, dan kepada siapa pertanggung jawaban itu diberikan asalkan semua didasarkan kepada keiklasan dan didasarkan pada syariat Islam dan kepentingan Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfiansyah Alif. (2020). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Corporate Social Responsibility PT. Garuda food Kabupaten Pati. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 6 (03). Halaman 10
- B. Azheri. (2011). *Corporate Social Responsibility: dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajawali.
- E. Juliyani. (2016). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*. Vol. 7(1). 2. Halaman 63–74.
- F., Badroen, dkk. (2007). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- I.Fahmi. (2013). *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Irsadunas, I., dkk. (2018). Tinjauan Etika Bisnis Islam Dalam Pengelolaan Corporate Social Responsibility. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. Vol. 3(2). Halaman 145–158.
- M. D. Muhammad Naufal dan Aqida Shohiha. (2023). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan UMKM pada CV. Futake Indonesia Ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*. Vol. 02 (03). Halaman 151.
- M. Saifullah. (2011). Etika bisnis Islami dalam praktek bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* vol. 19. (1). halaman 127-156.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi*. Vol. 9 (1).
- Rahmat Biki Zulfikri. (2017). *Corporate Social Responcibility Dalam Perspektif Etika Binis Islam*. Amwaluna: *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol.1. (1). Halaman. 104
- Rivai, Veithzal dkk. (2012). *Islamic Bussiness and economic ethics* Jakarta: Bumi Aksara.
- R. Rahman. (2009). *Corporate Social Responsibility: Antara Teori dan Kenyataan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- S. Arendt & Brettel, M. (2010). Understanding The Influence of Corporate Social Responsibility on Corporate Identity, Image, and Firm Performance. *Journal of Management Decision*, Vol. 48 (10). Halaman 1469-1492.

Simanjuntak, C., & Mulia, M. (2010). *Organ Pereroan Terbatas*. Jakarta: *Sinar Grafika*.

Suhendra, Faisal Badroen, dkk. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Y. Puspa ningrum, (2017). Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Profita*. Vol. 2 (2). Halaman 54.