

TANGGUNG JAWAB SOSIAL ORGANISASI BISNIS (PERUSAHAAN) DALAM BISNIS ISLAM

Alvy Safriyansyah, Dimas Ramadhani Alfian, Intan Nur Fatikhah, Diah Mukminatul Hasimi
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email: avy3819@gmail.com, dimasramadan437@gmail.com, intannurfatikhah12@gmail.com,
diahmukminatul@radenintan.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) dalam perspektif bisnis Islam, serta perbedaannya dengan CSR konvensional. Bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah yang menekankan nilai moral, etika, dan kemaslahatan sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur melalui analisis berbagai sumber seperti buku dan referensi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dalam Islam sejalan dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadis, yang mengedepankan keseimbangan antara profit, lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Nilai-nilai syariah seperti shiddiq, istiqamah, fathanah, amanah, dan tabligh menjadi pedoman utama bagi perusahaan dalam menerapkan prinsip CSR. Selain itu, CSR dalam Islam tidak hanya bertujuan keberlanjutan bisnis di dunia, tetapi juga orientasi akhirat melalui niat yang ikhlas dan tanggung jawab moral. Implementasinya dapat dilihat melalui perhatian perusahaan terhadap lingkungan, tenaga kerja, konsumen, serta penggunaan sumber daya secara bijak. Dengan demikian, CSR dalam Islam merupakan konsep komprehensif yang mengintegrasikan etika, moral, dan tujuan spiritual dalam aktivitas bisnis.

Kata Kunci : Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Bisnis Islam, Etika Bisnis

Abstract

This study aims to understand the concept of Corporate Social Responsibility (CSR) from an Islamic business perspective, as well as its differences from conventional CSR. Islamic businesses are not solely profit-oriented but must also be based on Sharia principles, which emphasize moral values, ethics, and social welfare. This study used a qualitative method with a literature study approach through analysis of various sources, such as books and related references. The results show that CSR in Islam aligns with the teachings of the Quran and Hadith, which prioritize a balance between profit, the environment, and social welfare. Sharia values such as shiddiq (intelligence), istiqamah (constituency), fathanah (intelligence), amanah (trustworthiness), and tabligh (prosperity) serve as primary guidelines for companies in implementing CSR principles. Furthermore, CSR in Islam aims not only for business sustainability in this world but also for the afterlife through sincere intentions and moral responsibility. Its implementation can be seen through companies' attention to the environment, workforce, and consumers, as well as the wise use of resources. Thus, CSR in Islam is a comprehensive concept that integrates ethics, morals, and spiritual goals into business activities.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Islamic Business, Business Ethics

Article history

Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism checker no 1480
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan atau laba¹. Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang memadai, sebab laba merupakan fondasi bagi perusahaan untuk dapat berkembang dan mempertahankan eksistensinya. Perhatian Islam terhadap keuntungan bisnis tidak mengabaikan aspek-aspek moral dalam mencapai keuntungan tersebut². Bisnis dalam Islam berbeda dengan bisnis konvensional. Bisnis Islam adalah suatu usaha tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan saja tetapi harus berlandaskan hukum syariah. Bisnis Islam yang dikendalikan oleh hukum syari'ah cukup jauh berbeda dengan bisnis konvensional, dalam hal cara untuk mendapatkan kekayaan dan bagaimana menggunakannya. Islam mengajarkan untuk berbisnis dengan tidak merugikan sebelah pihak dan bisa saling menguntungkan. Dalam bisnis Islam diajarkan bagaimana melakukan kegiatan usaha yang memiliki nilai-nilai Islam yang sesuai dengan hukum syariah yang disebut sebagai Etika bisnis Islam.³

Etika bisnis Islam adalah seperangkat prinsip dan norma yang berbasiskan Al-Quran dan AlHadist yang harus dijadikan pedoman oleh semua pelaku usaha dalam aktivitas bisnis baik bisnis skala besar dan skala kecil. Dalam melakukan bisnis, tidak terlepas dari peran manusia dalam berinteraksi karena manusia membutuhkan hubungan dengan manusia lainnya dalam berinteraksi apapun salah satunya interaksi bisnis. Namun interaksi bisnis dalam Islam, adanya prinsip dan norma yang harus diterapkan oleh umat muslim dalam melakukan kegiatan bisnis agar kegiatan yang dilakukan mendapatkan pahala dan berkah.⁴

CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku Internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) hadir sebagai isu penting dalam dunia usaha atau berbisnis dengan tujuan agar hubungan antara perusahaan dan masyarakat menjadi baik dan untuk menghindari konflik yang tidak diinginkan di masa depan yang menyangkut nama dan reputasi perusahaan. Adapun Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam Islam berbeda halnya dengan CSR konvensional.

Dalam CSR konvensional dibahas mengenai tujuan perusahaan dalam mempertahankan bisnis untuk jangka panjang dengan memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial. Tujuan ini adalah salah satu tujuan yang dilakukan juga CSR dalam Islam dimana CSR dalam Islam juga memperhatikan kondisi lingkungan sekitar dan sosial namun CSR dalam Islam tidak hanya untuk tujuan duniawi saja agar perusahaan terus bertahan tetapi bertujuan untuk akhirat juga dimana hal tersebut merupakan salah satu kewajiban dan perintah dari Allah SWT agar kita memperhatikan lingkungan dan sesama. Adapun dalam Islam mewajibkan adanya niat yang tulus dan ikhlas untuk membantu dan menolong sesama. Berdasarkan paparan diatas maka penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis Islam.

¹ Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). Pengantar Bisnis. Insan Cendekia Mandiri. Hal. 1

² Sukananda, S. (2019). Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pendekatan Filsafat Hukum Islam. *Lex Renaissance*, 4(2), 386-409. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol4.iss2.art11>

³ Huda, C. (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Walisono: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24, 165. <https://doi.org/10.21580/ws.24.1.1140>

⁴ Hulaimi, A., Sahri, S., & Huzaini, M. (2017). Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 2(1), 17-32. <https://doi.org/10.15548/jebi.v2i1.64>

METODE

Untuk mendapatkan informasi yang valid, reliable dan obyektif maka penulis menyusun sebuah metode penelitian. Metode kualitatif menjadi metode penelitian yang digunakan peneliti dengan pendekatan studi literature yang mana diambil dari sumber terpercaya, buku-buku sebagai referensi kemudian di analisis oleh penulis dan contoh implementasi nya pada saat ini.

PEMBAHASAN

Istilah CSR singkatan dari corporate social responsibility sendiri diperkenalkan pertama kali dalam tulisan Social Responsibility of the Bussinessman tahun 1953 yang digagas Howard Rothmann Browen. CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka⁵. Dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan tidak terlepas dari pemangku kepentingan yaitu pemangku kepentingan.

Terdapat dua pemangku kepentingan dalam menjalankan suatu bisnis yaitu pemangku kepentingan internal dan eksternal. Adapun pemangku kepentingan internal yaitu para pemegang saham dan para pekerja sedangkan pemangku kepentingan eksternal diantaranya pemerintah, konsumen, suplier, lembaga swadaya masyarakat (LSM), komunitas dan masyarakat. Dalam Perusahaan atau organisasi memiliki keterlibatan dengan berbagai pihak yang ada di dalam organisasi maupun di luar organisasi⁶. TJSI atau CSR muncul karena adanya kesadaran mengenai pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang dan tidak hanya fokus pada keuntungan saja.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan CSR adalah suatu konsep yang berkembang pesat sejak tahun 1980. Konsep tersebut muncul karena reaksi dari organisasi masyarakat sipil untuk menumbuhkan perilaku etis atau beretika yang berlaku untuk intern ataupun ekstern perusahaan yaitu stakeholder, masyarakat sekitar perusahaan dan organisasi atau komunitas yang mempengaruhi perusahaan beroperasi.⁷

Dalam pengertian lain CSR adalah gagasan dengan mengacu pada triple bottom line bukan single bottom line. Single bottom line adalah acuan perusahaan dengan memperhatikan kondisi keuangan saja tetapi tidak memperhatikan kondisi lingkungan dan sosial sedangkan triple bottom lines adalah aspek ekonomi nilai perusahaan yang berpijak pada finansial, sosial dan lingkungan.

Dalam bisnis Islam dianjurkan adanya keseimbangan antara aktivitas bisnis dan nilai-nilai bisnis berdasarkan ajaran-ajaran Islam. Sebagaimana dalam Al-Quran dibahas pula mengenai tanggung jawab sosial yang mana moral seorang pengusaha dalam melakukan aktivitas bisnis berpengaruh terhadap kesuksesan suatu bisnis yang terdapat dalam surat al-Israa' ayat 35: "Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya".

Adapun Al-Quran membahas untuk menjaga dan melestarikan lingkungan dalam surat AlBawarah ayat 205: "Dan apabila ia berpaling (dari kamu), ia berjalan di bumi untuk mengadakan kerusakan padanya, dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan".

Sedangkan kegiatan CSR dalam Al-Quran diterangkan dalam surat An-Nisa ayat 36 dan 37 :

﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنْبِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۚ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ۚ﴾^{٣٦}

"Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin,

⁵ Nurlaela Wati, L. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Myria Publisher. Hal. 11

⁶ Trihastuti, A. E. (2021). Etika Bisnis Islam. Deepublish. Hal. 8

⁷ Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 1(1), 98- 113. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2099>

tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri”.

الَّذِينَ يَبْخُلُونَ وَيَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبَخْلِ وَيَكْنُمُونَ مَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ ۗ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ عَذَابًا مُهِينًا ۝ ٣٧

“(yaitu) orang-orang yang kikir, dan menyuruh orang lain berbuat kikir, dan menyembunyikan karunia Allah yang telah diberikan-Nya kepada mereka. Dan Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir siksa yang menghinakan.”.

Salah satu konsep perusahaan dalam jangka panjang dan dapat mempertahankan perusahaan tersebut dengan memiliki tanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan perusahaan disebut sebagai CSR. Dampak yang dimaksud misalnya polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. TJSL tidak hanya terbatas pada pemberian bantuan sosial terhadap masyarakat saja tetapi pada karyawannya juga dengan tidak melakukan diskriminatif.⁸

Salah satu contoh implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap stakeholder eksternal misalnya melakukan perbaikan lingkungan di sekitar perusahaan yang terdampak dalam operasional perusahaan misalnya limbah yang harus diminimalisir. Sedangkan contoh implementasi tanggung jawab sosial perusahaan terhadap stakeholder internal yaitu memberikan persamaan hak dan kewajiban terhadap seluruh karyawan misalnya memberikan fasilitas gaji yang sesuai dengan UMR, memberikan waktu untuk beristirahat dan memberikan fasilitas tempat untuk beribadah.

Dalam bisnis Islam, konteks tanggung jawab sosial perusahaan adalah bagaimana konsep tersebut didasarkan pada beberapa sifat terpuji Rasulullah dalam berbisnis dimana Rasulullah menjalankan bisnis atau berdagang dengan sifat Shidiq, Istiqamah, Fathanah, Amanah dan Tabligh atau bisa disingkat SIFAT. Sebuah perusahaan harus memiliki budaya kerja yang sesuai syariah Islam dengan ciri-ciri yaitu adanya kejujuran (shiddiq), konsisten (istiqamah), pandai (fathonah), bertanggungjawab (amanah), dan mengajak (tabligh).

1. Shiddiq berarti jujur. Artinya dalam menjalani konsep CSR dalam bisnis Islam dituntut untuk memiliki kejujuran dalam segala tindakan dan perbuatan. Perusahaan perlu transparan, misalnya perusahaan harus jujur terhadap konsumen mengenai kekurangan dan kelemahan produk.
2. Istiqamah berarti konsisten. Artinya perusahaan harus konsisten dalam menjalankan bisnis dengan baik. Perusahaan perlu menepati janji dan tepat waktu.
3. Fathonah berarti mengerti. Artinya perusahaan perlu memahami dan menghayati mengenai kewajiban dan tugas-tugas perusahaan. Perusahaan harus memberikan pelayanan secara optimal, selalu berusaha meningkatkan dan memperbaiki kualitas.
4. Amanah berarti tanggung jawab. Artinya perusahaan harus bertanggung jawab dalam segala tugas perusahaan dibarengi dengan sifat ihsan misalnya melakukan konsep tanggung jawab sosial perusahaan.
5. Tabligh berarti mengajak dalam kebaikan. Misalnya perusahaan memberikan penyampaian sesuatu dengan bijak dan ada hikmahnya dan sabar sehingga dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan yang solid.

Dalam perspektif Islam, Pencapaian keuntungan tidak boleh mengabaikan aspek-aspek moral. Sehingga perusahaan harus memiliki kesadaran mengenai etika dan moral karena jika pelaku usaha tidak memiliki moral dan etika yang baik dalam berbisnis maka akan menjadi ancaman dalam hubungan sosial, konsumen dan perusahaannya sendiri. Komitmen untuk menjaga kontrak sosial dengan tulus merupakan salah satu tanda adanya norma-norma Islam di dalam operasional bisnis perusahaan tersebut.

⁸ Yuni Mayanti dan Rani Putri Kusuma Dewi. 2021. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam. Journal of Applied Islamic Economics and Finance Vol. 1, No. 3, June 2021, pp. 651 - 660

Dalam Islam, CSR berfokus pada pembahasan etika dalam bisnis Islam sesuai dengan ajaran etika Islam. Permasalahan seperti bagaimana memproduksi sebuah barang atau jasa yang halal, etika menggunakan iklan sebagai media promosi, harga yang tidak terlalu tinggi dan tidak merugikan konsumen, pertanggungjawaban polusi akibat dampak dari produksi dan lain sebagainya adalah hal-hal yang dibahas dalam pelaksanaan etika. Sehingga peran pengusaha sebagai pelaku bisnis harus memperhatikan juga lingkungan sekitar dengan tidak menggunakan sumber daya alam secara berlebihan tanpa memperhatikan kepentingan masa yang akan datang.

Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan salah satunya faktor-faktor produksi dalam bisnis Islam:

1. Faktor Produksi

Alam Sumber daya alam yang ada di muka bumi ini diciptakan oleh Allah SWT untuk digunakan manusia dengan cara dikelola dengan benar hanya untuk tujuan beribadah kepada Allah SWT semata. Sumber daya tersebut termasuk bagian dari faktor produksi alam. Dalam firman Allah surat Abasa ayat 25-32 menyebutkan bahwa “Allah mencurahkan air dari langit dan membelah bumi dan menumbuhkan biji-bijian di bumi, anggur dan sayuran, pohon kurma, kebun yang lebat buahnya untuk kesenanganmu dan untuk binatang ternakmu”. Dalam ayat tersebut bermakna bahwa pemanfaat sumber daya alam harus sesuai kebutuhan. Karena jika alam dieksploitasi secara berlebihan akan berdampak pada bencana alam seperti kekeringan, banjir dan lainnya sehingga penggunaan sumber daya.

2. Tenaga kerja

Dalam pemanfaatan tenaga kerja harus diperhatikan Hak Asasi Manusia (HAM) dengan membayar upah atau gaji yang sesuai atau di Indonesia diberlakukannya UMR (Upah minimum regional). Juga perusahaan perlu memperhatikan jaminan kesehatan sosial para karyawan dan berupaya untuk mensejahterakan karyawannya. Sesuai hadist bukhari mengatakan bahwa “manusia saling memberi kepada yang lainnya” dan sebuah hadist yang diungkap Ibnu Majah bahwa memberikan upah kepada karyawan sebelum keringatnya kering.

3. Modal

Modal adalah dana atau kekayaan perusahaan untuk melakukan proses produksi bisa berupa modal pribadi atau modal asing. Modal dari dikeluarkan dari pemilik perusahaan sendiri disebut modal pribadi sedangkan modal asing berarti modalnya berasal dari pihak eksternal (luar) misalnya berhutang kepada perusahaan lain baik perbankan atau non perbankan. Biasanya memiliki masalah yang panjang jika modal didapatkan dari modal asing.

4. Skill dan Kemampuan

Pelaku bisnis harus memiliki skill dan kemampuan dalam mengelola kegiatan bisnis dengan cara terampil mengatur operasional kegiatan produksi seperti pelaku bisnis perlu memberikan hak kepada tenaga kerja untuk beribadah dengan fasilitas yang memadai sehingga adanya keseimbangan dalam keimanan dan keuntungan yang ingin diraih.⁹

harus dimanfaatkan dengan baik agar tidak berdampak pada kerusakan lingkungan.

Dalam praktik tanggung jawab sosial perusahaan terhadap konsumsi diantaranya :

1. Kepuasan Konsumen

Misalnya konsumen puas dengan layanan perusahaan dalam menghadapi berbagai keluhan dan permasalahan barang yang diterima. Misalnya barang sesuai dengan apa

⁹ Dwi Untoro dkk. 2023. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DALAM BISNIS ISLAM (Studi Kasus PT. Gramedia dan PT. BPRS PNM Mentari). EL-ECOSY: JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM Vol. 03, No. 2 Juli 2023, hlm. 206-222

yang dibeli, jika tidak sesuai maka perusahaan wajib membantu dan memeriksa sampai tuntas tidak dibiarkan begitu saja. After sales service nya yang harus ditingkatkan.

2. Penetapan harga yang sesuai

Harga tidak terlalu mahal dan mengambil keuntungan tidak terlalu tinggi. Imam Ghazali mengatakan bahwa pengambilan keuntungan yang wajar berkisar lima persen sampai sepuluh persen adapun Imam Ghazali menambahkan bahwa keuntungan di akhirat harus lebih diutamakan dibandingkan keuntungan duniawi semata.

3. Jaminan barang

Penggunaan material yang ramah lingkungan dan barang yang dibeli merupakan barang yang halal dan terbebas dari unsur haramnya. Atau di Indonesia misalnya harus ada sertifikat halalnya dari MUI.¹⁰

KESIMPULAN

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dalam perspektif bisnis Islam memiliki kedudukan penting sebagai bagian dari etika dan moral dalam berbisnis. Berbeda dengan CSR konvensional yang berorientasi pada keberlanjutan dan reputasi perusahaan, CSR dalam Islam menekankan tujuan duniawi dan ukhrawi secara bersamaan. Prinsip CSR dalam Islam didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis yang mengajarkan kewajiban menjaga kejujuran, keadilan, keseimbangan, serta kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat. Nilai-nilai syariah seperti shiddiq, istiqamah, fathanah, amanah, dan tabligh menjadi dasar bagi perusahaan untuk menjalankan bisnis secara etis. Implementasi CSR dalam Islam mencakup perlindungan lingkungan, pemenuhan hak tenaga kerja, pelayanan konsumen, serta penggunaan sumber daya alam secara bertanggung jawab. Dengan demikian, perusahaan yang menerapkan CSR sesuai prinsip Islam tidak hanya meningkatkan keberlanjutan bisnis, tetapi juga memperoleh keberkahan dan nilai spiritual. CSR menjadi wujud nyata tanggung jawab moral pelaku usaha dalam menjaga kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan sesuai ajaran syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Harjito. (2002). Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Islam. *Al-Mawarid Journal of Islamic Law*, 8, 118-127.
- Dwi Untoro dkk. 2023. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) DALAM BISNIS ISLAM (Studi Kasus PT. Gramedia dan PT. BPRS PNM Mentari). *EL-ECOSY: JURNAL EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM* Vol. 03, No. 2 Juli 2023, hlm. 206-222
- Huda, C. (2016). Model Pengelolaan Bisnis Syari'ah: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24, 165. <https://doi.org/10.21580/ws.24.1.1140>
- Hulaimi, A., Sahri, S., & Huzaini, M. (2017). Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kesejahteraan Pedagang Sapi. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 2(1), 17-32. <https://doi.org/10.15548/jebi.v2i1.64>
- Nurlaela Wati, L. (2019). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Myria Publisher. Hal. 11
- Sukananda, S. (2019). Konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Melalui Pendekatan Filsafat Hukum Islam. *Lex Renaissance*, 4(2), 386-409. <https://doi.org/10.20885/JLR.vol4.iss2.art11>
- Trihastuti, A. E. (2021). Etika Bisnis Islam. Deepublish. Hal. 8
- Rahmat, B. Z. (2017). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 98- 113. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2099>

¹⁰ Agus Harjito. (2002). Etika Bisnis Dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dalam Perspektif Islam. *Al-Mawarid Journal of Islamic Law*, 8, 118-127.

- Yuni Mayanti dan Rani Putri Kusuma Dewi. 2021. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Bisnis Islam. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* Vol. 1, No. 3, June 2021, pp. 651 - 660
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). Pengantar Bisnis. *Insan Cendekia Mandiri*. Hal. 1