



<https://jurnal.universitasputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/index>
ISSN: 2623-2480/ P-ISSN: 1693-5209

Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada UMKM Berbasis Bisnis Islami

Arif Sapta Yuniarto¹, Eko Suyono², Dewi Susilowati³, Eliada Herwiyanti⁴
Universitas Ahmad Dahlan¹; Mahasiswa IAPD Universitas Jenderal Soedirman¹
Universitas Jenderal Soedirman²
email: arif.yuniarto@act.uad.ac.id¹

Article Information

History of Article:

Received October 10th 2024
Accepted December 28th 2024
Published December 30th 2024

DOI:

doi.org/10.32639/qvkhj22



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *Islamic Corporate Social Responsibility* (ICSR) pada sebuah institusi bisnis Islami. Sebuah perusahaan ritel milik pengusaha Muslim yang berlokasi di Kabupaten Bantul, Yogyakarta, dipilih sebagai objek penelitian ini. Menggunakan metode fenomenologi, penelitian ini memadukan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data primer kualitatif. Data dianalisis menggunakan analisis isi tematik untuk mencerminkan temuan yang berkaitan dengan konsep tawhid, maqasid asy-syariah, dan tanggung jawab dalam Islam. Penelitian ini mengamati bahwa perusahaan ritel telah melaksanakan 42 aktivitas untuk memenuhi tanggung jawab terhadap karyawan, pelanggan, masyarakat, lingkungan, dan pemerintah. Aktivitas-aktivitas tersebut kemudian dapat diklasifikasikan ke dalam sembilan tanggung jawab primer (*dururiyyat*), sembilan tanggung jawab pelengkap (*hajiyyat*), dan 26 tanggung jawab penyempurna (*tahsiniyyat*). Penelitian ini juga mengungkapkan adanya satu aktivitas yang bertentangan dengan syariah, yaitu pemberian diskon kepada pelanggan yang menggunakan kartu kredit/debit bank konvensional.

Kata kunci: ICSR, Tawhid, Syariah, Maqasid Asy Syariah, Kalifah

ABSTRACT

This research aims to describe the implementation of Islamic Corporate Social Responsibility in an Islamic business institution. A retail company owned by a Muslim entrepreneur located in Bantul Regency, Yogyakarta, was chosen as the object of this research. Using the phenomenological method, this research combines interview and observation methods to collect qualitative primary data. Data were analyzed using thematic content analysis to reflect findings regarding tawhid, maqasid ash-syariah concepts, and responsibility in Islam. This study observed that retail companies have undertaken 42 activities to fulfill their responsibilities towards employees, customers, communities, the environment, and the government. These activities can then be classified into nine primary responsibilities (*dururiyyat*), nine complementary responsibilities (*hajiyyat*), and 26 perfecting responsibilities (*tahsiniyyat*). This research also reveals that there is one activity that is contrary to sharia, namely giving discounts to customers who use conventional bank credit/debit cards.

Keywords: ICSR, Tawhid, Syariah, Maqasid Asy Syariah, Kalifah

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran kunci dalam perekonomian Indonesia. Mereka tidak hanya menjadi penyedia lapangan pekerjaan utama, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional (Rinaldi et al., 2022; Silaen & Tulig, 2023). Pada beberapa tahun terakhir, semakin banyak UMKM yang mengadopsi prinsip-prinsip bisnis Islami (Raza et al., 2023). Prinsip-prinsip Islam tersebut mencakup kepatuhan terhadap prinsip syariah, etika bisnis yang baik, dan pemberdayaan masyarakat melalui praktek-praktek sosial yang berkelanjutan untuk kepentingan publik (Dusuki & Abdullah, 2007; Juliana et al., 2019; Machmud & Hidayat, 2020) Salah satu pendekatan yang relevan adalah penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan sudut pandang Islam yang kemudian lebih dikenal dengan sebutan *Islamic CSR*.

Islamic CSR adalah konsep yang mendasarkan tanggung jawab sosial perusahaan pada prinsip-prinsip Islam. Aktivitas sosial dalam *Islamic CSR* seperti halnya melakukan zakat, infaq, sadaqah, wakaf, dan sumbangan di Masyarakat (Dusuki, 2008). Aktivitas-aktivitas sosial tersebut harus didasarkan kepatuhan terhadap etika bisnis yang sesuai dengan syariah Islam (Abuznaid, 2009; Ali, 1992; Boussema & Belkacem, 2023; Hasan, 2020). Penerapan prinsip-prinsip *Islamic CSR* di UMKM berbasis bisnis Islami memiliki potensi untuk meningkatkan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan, sekaligus memperkuat identitas Islami UMKM tersebut (Khurshid et al., 2014). Penerapan *Islamic CSR* tersebut akan memberi pengaruh yang baik terhadap kinerja keuangan serta meningkatkan citra dan reputasi Perusahaan (Bahta et al., 2021; Machmud & Hidayat, 2020).

Namun, meskipun ada peningkatan kesadaran tentang pentingnya *Islamic CSR*, masih sedikit penelitian yang mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip ini diterapkan dalam UMKM berbasis bisnis Islami, terutama dalam konteks industri *retail* di Indonesia. Penelitian tentang penerapan konsep CSR Islam masih terbatas pada penelitian di lembaga keuangan Islam seperti bank syariah (Sapta Yuniarto & Herwiyanti, 2023). Selain itu, penelitian-penelitian tersebut sebagian besar masih menggunakan konsep CSR barat dan masih sedikit diantara mereka yang menggunakan konsep pertanggungjawaban dalam Islam (Khurshid et al., 2014).

Oleh karena itu, sangat menarik untuk melakukan penelitian tentang cara industri retail menerapkan konsep pertanggungjawaban sosial Islam. Retail adalah bagian dari ekonomi sehari-hari masyarakat. UMKM retail berbasis bisnis Islami yang menjual barang yang memenuhi prinsip syariah memiliki peluang besar untuk menjangkau pasar yang terus berkembang. Penelitian tentang bagaimana prinsip *Islamic CSR* diterapkan dalam pengembangan UMKM retail berbasis bisnis Islami dapat memberikan wawasan yang bermanfaat tentang potensi dan tantangan yang dihadapinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan dan memberikan gambaran yang lengkap dan jelas dengan melakukan studi kasus mendalam tentang bagaimana prinsip *Islamic CSR* diterapkan dalam pengembangan UMKM retail berbasis bisnis Islami. Dipilih sebagai objek penelitian adalah sebuah UMKM yang bergerak di bidang retail yang dimiliki oleh pengusaha Muslim di kabupaten Bantul. Penelitian ini berfokus pada UMKM di bidang retail karena bidang retail memiliki hubungan yang kuat dengan konsumen tingkat akhir, yang membeli barang untuk kebutuhan pribadi atau rumah tangga, serta hubungannya dengan masyarakat dan lingkungan.

Berdasarkan uraian di atas, masalah penelitian ini adalah, bagaimana UMKM berbasis bisnis Islami melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)*? Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang peran *Islamic CSR* dalam memberikan manfaat ekonomi dan

sosial bagi UMKM retail dan masyarakat yang dilayani oleh mereka. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan bisnis berbasis Islami di Indonesia, serta memberikan panduan praktis kepada pemangku kepentingan tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan praktik *Islamic CSR* dalam konteks UMKM dibidang retail.

LANDASAN TEORI

Prinsip Kalifah Sebagai Salah Satu Dasar Islamic CSR

Sudut pandang Islam tentang CSR merupakan realisasi dari prinsip Kalifah. Prinsip Kalifah didasarkan pada hubungan tanggung jawab manusia kepada Tuhan, kepada manusia, dan tanggung jawab kepada alam sekitar. Allah SWT memerintahkan manusia untuk taat kepadaNya. Sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT, manusia harus dapat memastikan kelestarian hidup manusia dan alam sekitarnya, sehingga kewujudan manusia di muka bumi ini mempunyai dua tugas yang sama, yaitu menjadi hamba yang patuh kepada Allah dan kalifah yang adil untuk melestarikan lingkungan hidup.

Konsep kalifah menempatkan tanggung-jawab pada umat manusia untuk membawa perdamaian dan harmoni dalam masyarakat dengan melindungi hak-hak sesama manusia (Kamali, 2010). QS Ar-Rum ayat 41 menyatakan bahwa kerusakan di dunia, darat dan lautan akibat perbuatan manusia. Masih surat dan ayat yang sama, Allah SWT berharap agar manusia kembali ke jalan yang benar (Qur'an, 2007). Ayat tersebut mengingatkan manusia tentang dampak negatif tindakan manusia terhadap lingkungan dan bumi, serta pesan untuk memperbaiki perilaku kita dan bertobat agar Allah memberikan RakhmatNya. Ini adalah salah satu ayat dalam Al-Qur'an yang menyoroti tanggung jawab manusia terhadap alam dan keberlanjutan.

Pada konteks bisnis, Islamic CSR adalah konsep di mana perusahaan mempertimbangkan dampak operasional bisnisnya terhadap sosial dan lingkungan. Perusahaan harus berusaha untuk meminimalkan dampak negatif serta memberikan manfaat positif kepada masyarakat dan lingkungan dengan mempertimbangkan aspek agama di setiap aktivitasnya (Brammer et al., 2011; Graafland, 2017). Secara empiris, agama terbukti mampu menjelaskan perlunya CSR (Brammer et al., 2011; Helfaya & Easa, 2022).

Sebuah penelitian pada para pelaku bisnis di Eropa, Asia, dan Timur Tengah menemukan bahwa mereka yang memiliki tingkat religiusitas lebih tinggi memiliki pemahaman konsep CSR yang lebih komprehensif dibandingkan mereka yang memiliki tingkat religiusitas lebih rendah. (Graafland et al., 2007). Pada penelitiannya, terdapat hubungan positif antara kesadaran beragama seseorang dengan perilaku bisnis yang bertanggung jawab secara sosial (Graafland et al., 2007). Penelitian yang dilakukan Wardiwiyo juga memberikan bukti empiris bahwa kepatuhan terhadap syariah berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Wardiwiyo, 2022).

Maqosid Syariah sebagai Pedoman Praktek Islamic CSR

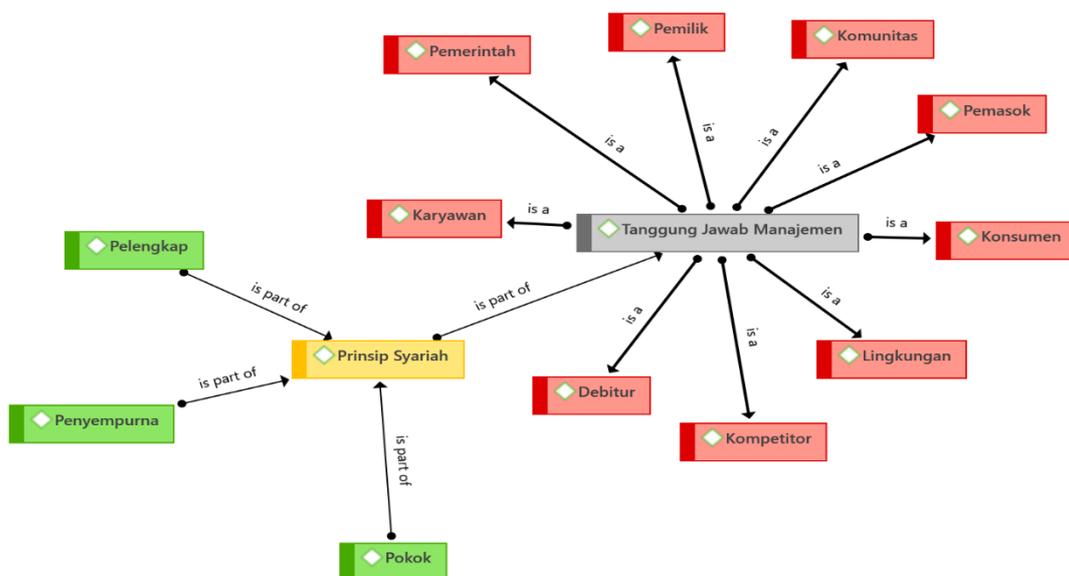
Maqashid syariah adalah ketaatan dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah yang tujuannya terwujudnya kemaslahatan umat. Prinsip syariah diperlukan untuk memahami CSR dalam Islam dan mencerminkan pandangan holistik Islam, yang mencakup semua aspek kehidupan (Yazis Ali Basah & Md Yusuf, 2013). Kemaslahatan umat dalam maqosid syariah menurut Al- Ghazali dan Al Shatibi adalah untuk memberi kemakmuran umat manusia yang dicapai dengan memberikan perlindungan terhadap aspek, Diin (Agama), Nafs (jiwa), Aql (akal), Mal (harta), dan Nasl (kehormatan) (Dusuki & Abdullah, 2007; Hassan et al., 2022; Yazis Ali Basah & Md Yusuf, 2013). Prinsip-prinsip maqosid tersebut diyakini tidak membolehkan tindakan yang berujung pada

kerusakan di muka bumi. Dengan kata lain maqasid syariah diturunkan dengan tujuan mendatangkan kemaslahatan dan menjauhkan kemadharatan (Hassan et al., 2022).

Kelima prinsip syariah tersebut tidak terlepas dari tiga keadaan (Al-Syatibi, 2004; Ensiklopedi Hukum Islam 4, 2000). Pertama adalah kebutuhan Al Daruriyyah (pokok) yaitu kemaslahatan yang berhubungan dengan kebutuhan pokok umat manusia dan harus dipenuhi (Matsum, 2023; Nadia Nuril Ferdaus, 2023). Bagi pengusaha, diantara kewajiban tersebut adalah membayar zakat, menyediakan tempat kerja yang aman, sistem penggajian yang memungkinkan karyawan dan keluarganya dapat hidup aman dan bermartabat, sikap amanah pemilik dan sebagainya. Beberapa hal yang wajib dihindari oleh perusahaan adalah bertransaksi mengandung riba, gharar, ikhtikar dan produksi barang atau jasa yang dapat merusak lingkungan sosial dan alam. Tanggung jawab ini wajib dan proritas untuk dipenuhi. Perusahaan tidak dapat berpindah ke atas apabila belum mampu memenuhi kewajiban ini.

Kedua adalah Kebutuhan Al Hajiyyah (Pelengkap). Al hajiyyah adalah kebutuhan yang mendasarkan pada kemaslahatan yang dibutuhkan dalam melengkapi kemaslahatan pokok (Nadia Nuril Ferdaus, 2023). Kebutuhan pelengkap ini ditunaikan jika kebutuhan pokok sudah terpenuhi. Jika kebutuhan ini belum terpenuhi, maka akan terjadi kesulitan dan kesempitan yang implikasinya tidak sampai merusak kehidupan. Contoh kebutuhan pelengkap diantaranya fasilitas yang mendorong karyawan lebih giat dalam bekerja, kepuasan karyawan, santunan hari tua, fasilitas cuti, informasi tentang produk, memiliki kebijakan piutang yang sesuai syariah.

Terakhir adalah Kebutuhan Tahsiniyyah (Penyempurna). Kebutuhan ini ditunaikan jika kebutuhan pokok dan kebutuhan pelengkap sudah dipenuhi. Jika kebutuhan ini diabaikan tidak akan mengakibatkan sesuatu yang fatal atau menyulitkan kehidupan. Namun pemenuhan kebutuhan ini akan memberikan nilai tambah tersendiri. Contoh dari kebutuhan penyempurna diantaranya penghargaan emas untuk karyawan dengan masa kerja tertentu, liburan gratis bagi karyawan, fasilitas umroh untuk karyawan, komunikasi dan interaksi dengan konsumen, penghargaan terhadap pemasok, penghapusan piutang kepada debitur yang tidak mampu. Tujuan tahsiniyah adalah tujuan hukum untuk menyempurnakan kehidupan manusia dengan melakukan apa yang baik dan paling layak menurut kebiasaan dan penghindarannya hal-hal yang tercela menurut akal sehat (Yusdiansyah et al., 2023).



Sumber: dikembangkan dari (Nazjmi et al., 2018; Wardiwiyo, 2013)

Gambar 1. Hierarki Pertanggungjawaban Sosial dalam Islam

Gambar 1 menjelaskan hubungan antara pertanggungjawaban sosial UMKM berbasis bisnis Islami terkait dengan prinsip-prinsip syariah yang harus dijalankan oleh manajemen kepada pemilik, karyawan, konsumen, pemasok, debitur, komunitas, kompetitor, pemerintah dan lingkungan.

Pada sisi pemilik UMKM, tanggung jawab pokok manajemen terhadap pemilik yang harus dilakukan adalah menjaga kekayaan pemilik dengan memanfaatkan dana yang diinvestasikan oleh pemilik sesuai dengan ketentuan Islam. Manajemen juga berkewajiban membayarkan zakat yang harus ditunaikan oleh pemilik. Tanggung jawab pelengkap manajemen terhadap pemilik adalah memberikan deviden atau bagi hasil lainnya. Sedang tanggung jawab penyempurna manajemen terhadap pemilik adalah memberikan informasi tentang resiko bisnis, rencana pengembangan bisnis serta interaksi yang baik dengan pemilik.

Tanggung jawab pokok manajemen untuk pihak karyawan adalah memberikan tempat kerja yang aman. Tanggung jawab pokok manajemen lainnya adalah memberikan fasilitas kepada karyawan untuk dapat menjalankan sholat. Manajemen juga berkewajiban pokok untuk memberikan gaji/ upah yang cukup sehingga karyawan dapat menjalani hidup yang layak. Tanggung jawab pelengkapnya manajemen kepada karyawan adalah memberikan kebijakan atau fasilitas yang dapat mendorong karyawan bekerja lebih giat. Sedangkan tanggung jawab penyempurna yang harus dilakukan manajemen terhadap karyawan dengan memberi fasilitas yang dapat membantu karyawan mengurangi tekanan hidup serta penghargaan terhadap karyawan.

Tanggung jawab pokok manajemen kepada konsumen adalah menjual produk barang dan jasa yang tidak merusak, mengancam aqidah, nyawa dan keturunan konsumen. Manajemen juga berkewajiban pokok memberi jaminan kehalalan dan keamanan produk. Tanggung jawab pelengkap manajemen terhadap konsumen adalah dengan menayangkan iklan yang tidak menyesatkan, informasi tentang produk, serta adanya manajemen pengelolaan komplain terhadap keluhan konsumen. Sedangkan tanggung jawab penyempurna manajemen terhadap konsumen adalah membangun komunikasi dan interaksi yang baik dengan konsumen.

Manajemen bertanggung jawab pokok kepada pemasok adalah melakukan pembayaran tepat waktu atas produk yang dikirim oleh pemasok. Tanggung jawab pokok pelengkap manajemen lainnya terhadap konsumen adalah dengan membantu pemasok untuk memastikan kehalalan serta keamanan barang yang dipasoknya. Tanggung jawab pelengkapnya adalah membantu kepastian atas kualitas barang yang dipasok. Sedangkan tanggung jawab penyempurna yang diberikan kepada pemasok adalah dengan memberikan penghargaan kepada pemasok yang memiliki integritas dan loyalitas baik sebagai mitra manajemen.

Manajemen bertanggung jawab pokok kepada debitur adalah tidak melakukan pemungutan bunga terhadap pinjaman yang dilakukan debitur. Sebagai tanggung jawab pelengkapnya, manajemen memberikan kebijakan piutang yang sesuai syariah. Kebijakan utang piutang sesuai syariah dasarnya bahwa utang piutang itu mengandung nilai *ta'awun* (tolong menolong). Tanggung jawab penyempurna manajemen terhadap debitur adalah melakukan kebijakan penghapusan piutang kepada debitur yang tidak mampu.

Tanggung jawab pokok manajemen terhadap kompetitor adalah memperlakukan kompetitor sebagai mitra bukan sebagai pesaing. Tanggung jawab pelengkap manajemen kepada kompetitor dilakukan dengan cara selalu menjaga hubungan baik dengan kompetitor. Sedang tanggung jawab pelengkap manajemen terhadap kompetitor adalah melakukan komunikasi dan interaksi yang baik dengan kompetitor.

Kepada pihak pemerintah, tanggung jawab pokok manajemen adalah mematuhi semua peraturan pemerintah. Tanggung jawab pelengkap manajemen terhadap pemerintah dilakukan

dengan cara berperan aktif membantu program-program positif pemerintah. Sedangkan tanggung jawab penyempurna manajemen terhadap pemerintah adalah dengan melakukan komunikasi dan interaksi yang baik dengan pihak pemerintah.

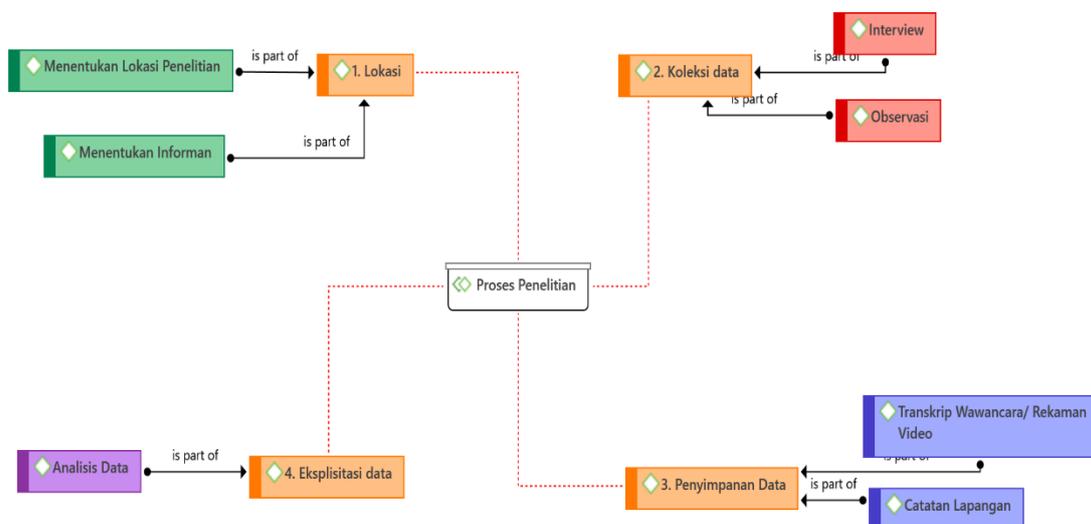
Keberadaan Perusahaan tidak terlepas dari komunitas masyarakat sekitar. Sebagai bentuk tanggung jawab pokok kepada komunitas sekitar, manajemen harus menghindari aktivitas yang dapat mengganggu ketentraman masyarakat sekitar. Tanggung jawab pelengkap manajemen terhadap komunitas sekitar yaitu dengan melakukan analisis kebutuhan Masyarakat untuk kepentingan umum. Sedang tanggung jawab penyempurna manajemen terhadap komunitas dilakukan dengan memberi bantuan sosial, keagamaan kepada Masyarakat sekitar.

Tanggung jawab pokok manajemen terhadap lingkungan adalah melakukan aktivitas preventif, protektif dan konsevasi alam. Selain ini manajemen harus menghindari aktivitas alam yang dapat membahayakan keselamatan masyarakat. Tanggung jawab pelengkapnya dengan menghindari aktivitas bias terkait lingkungan yang membawa kesulitan hidup masyarakat. Tanggung jawab penyempurna manajemen terhadap lingkungan dilakukan dengan menghindari aktivitas alam yang dapat mengganggu kenyamanan hidup masyarakat.

METODE PENELITIAN

Banyak metode yang dapat digunakan oleh seorang peneliti dalam penelitian kualitatif, tergantung pada epistemologi konstruktivis. Epistemologi berhubungan dengan asumsi-asumsi yang dipakai oleh peneliti. Epistemologi merupakan hubungan antara peneliti dengan kenyataan (Carson et al., 2001). Konstruktivis menilai kebenaran ilmu tidak berada di dunia tetapi diciptakan dan dibentuk lewat interaksi seseorang dengan dunianya. Dari banyak metode penelitian kualitatif, fenomenologi adalah salah satu metode yang sesuai dengan tujuan penelitian ini. Metode ini berpendapat bahwa dunia terdiri dari konstruksi sosial dan memfokuskan pengamatan pada arti, atau mencoba memahami fenomena yang terjadi.

Metode fenomenologi biasanya menggunakan berbagai teknik untuk mendapatkan pandangan yang berbeda tentang fenomena yang diamati. Sudut pandang yang berbeda ini biasanya digali dari kepentingan manusia. Pada akhirnya, perspektif ini digunakan untuk mengembangkan ilmu secara induktif. Gambar 1 menunjukkan alur penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaku UMKM berbasis bisnis Islam memahami CSR dan bagaimana CSR digunakan untuk menjalankan bisnis mereka.



Gambar 2. Proses Penelitian

Data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini adalah data primer. Data dikumpulkan dengan menggunakan kombinasi teknik wawancara dan observasi langsung terhadap subjek penelitian. Wawancara semi terstruktur dilakukan dengan stakeholder utama dalam penelitian yaitu 5 orang karyawan, 5 orang konsumen, 4 orang masyarakat umum dan 1 orang perangkat desa setempat. Teknik observasi juga digunakan untuk mendukung temuan dan memverifikasi hasil wawancara serta untuk memperoleh pemahaman lebih dalam terhadap permasalahan yang diteliti. Observasi ini dilakukan sebanyak 20 kali pada bulan Juli, Agustus, September, Oktober, November 2023 di salah satu supermarket milik pengusaha muslim di kota Bantul.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *thematic content analysis*. *Thematic content analysis* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk memahami suatu teks atau sumber-sumber informasi yang memiliki makna (*meaning*) sesuai dengan konteks yang sedang diteliti dan memungkinkan peneliti untuk melakukan inferensi yang valid dan melihat pola (*pattern*) yang dapat peneliti refleksikan pada teori yang relevan dengan *meaning* yang sedang diteliti. Teknik analisis data menggunakan *content analysis* (Miles et al., 2013) meliputi tiga tahap. Pertama, identifikasi unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini berupa transkrip wawancara serta catatan lapangan pengamatan (*fieldnotes*). Kedua, identifikasi unit pengukuran. Penelitian ini menggunakan frasa atau istilah atau kode (*node*) yang berkaitan dengan pertanggungjawaban sosial yang dipraktikkan oleh entitas bisnis Islam.

Langkah terakhir analisis data adalah *content analysis* itu sendiri. Pelaksanaan *content analysis* dilakukan dengan bantuan software Atlas.ti 9.1.3.0. Proses tersebut yang meliputi tiga tahapan sebagai berikut. Pertama proses koding. *Appy codes* diimplementasikan untuk mengembangkan kode-kode yang relevan dengan permasalahan penelitian dalam bentuk frasa atau istilah. Setelah itu, kode-kode yang dihasilkan dari proses pertama diubah dalam bentuk kategori label atau tema. Selanjutnya, data disortir berdasarkan tema/ *group* tema atau *code group* yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Hasilnya disajikan dalam frase, pola dan kesamaan. Akhirnya, hasil akhir tersebut digunakan untuk merefleksikan teori tentang CSR dalam Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Proses Penelitian

Peneliti melakukan wawancara dengan 15 informan terkait dengan metode pengumpulan data melalui wawancara. Informan tersebut terdiri dari lima konsumen, lima karyawan, empat masyarakat umum, dan satu orang dari pemerintah desa. Sebagian besar informan perempuan (9 orang), sedangkan informan laki-laki (6 orang). Selain karyawan toko, profesi informan termasuk ibu rumah tangga (3 orang), karyawan swasta (2 orang), anggota TNI (1 orang) aparat desa (1 orang), dosen (2 orang), dan siswa (1 orang).

Konsumen yang menjadi informan ditanyai tentang pengalaman mereka dengan swalayan tersebut, termasuk pelayanan dan barang yang mereka terima. Peneliti bertanya kepada informan masyarakat apa yang telah dilakukan perusahaan untuk masyarakat di sekitarnya, apakah swalayan memiliki dampak negatif pada lingkungan. Peneliti bertanya kepada informan karyawan swalayan tentang fasilitas yang telah mereka terima dari Perusahaan tempat mereka bekerja, perasaan yang mereka alami saat bekerja. Peneliti juga bertanya kepada pihak pemerintah dalam hal ini aparat pemerintah Tingkat desa tentang kontribusi apa yang sudah diberikan oleh swalayan tersebut terhadap program-program Pembangunan pemerintah desa setempat.

Temuan Hasil Penelitian

Peneliti menyimpan data dari observasi dan wawancara yang dijelaskan sebelumnya dalam catatan lapangan dan transkrip wawancara. Hasil dari observasi dan wawancara menunjukkan tindakan perusahaan dari sudut pandang peneliti dan stakeholder yang dijadikan informan. Teknik analisis data kualitatif digunakan untuk menganalisis catatan lapangan dan transkrip wawancara.

Tematik analisis konten (Miles et al., 2013) digunakan untuk menganalisis penelitian ini. Dalam wawancara dan observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan terdapat tiga tema besar. Ketiga tema besar tersebut adalah: a). Jenis-jenis aktivitas pertanggungjawaban yang sudah dilakukan oleh manajemen kepada para stakeholder. b). Hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah yang ditemui oleh peneliti dalam penelitian ini. c). Tingkat kepuasan para stakeholder terkait pertanggungjawaban yang sudah dilakukan oleh manajemen.

Aktivitas Pertanggungjawaban yang Telah Dilakukan Manajemen Kepada Stakeholder

Dari tahapan unit analisis yang meliputi transkrip wawancara serta catatan lapangan pengamatan (*fieldnotes*). Identifikasi unit pengukuran, penggunaan frasa/ istilah atau kode (*node*) yang berkaitan dengan pertanggungjawaban sosial menurut prinsip Islam, maka stakeholder yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah konsumen, karyawan, Masyarakat/ lingkungan dan pemerintah.

1. Pertanggungjawaban Sosial kepada Konsumen

Hasil penelitian yang sudah dilakukan terkait tanggung jawab manajemen kepada konsumen. Terdapat 12 aktivitas pertanggungjawaban yang sudah dilakukan oleh manajemen swalayan tersebut kepada konsumen. Tabel 1 dan gambar 3 dibawah ini menampilkan secara ringkas keduabelas aktivitas pertanggungjawaban manajemen kepada konsumen, cara sumber data tersebut diperoleh serta prinsip syariah yang digunakan aktivitas pertanggungjawaban tersebut.

Tabel 1. Aktivitas Pertanggungjawaban Sosial kepada Konsumen, Sumber Data&Prinsip Syariah

No	Aktivitas pertanggungjawaban	Sumber Data	Prinsip Syariah
1	Harga Barang Bersaing	Wawancara&Observasi	Pokok
2	Kemudahan Akses	Wawancara&Observasi	Pelengkap
3	Sikap Amanah Pemilik	Wawancara	Pokok
4	Kelengkapan Produk	Wawancara&Observasi	Pelengkap
5	Pelayanan dan Keramahanan Petugas	Wawancara&Observasi	Pokok
6	Kepuasan Konsumen	Wawancara	pelengkap
7	Kenyamanan dalam Belanja	Wawancara&Observasi	Penyempurna
8	Pemberian Diskon	Wawancara&Observasi	Penyempurna
9	Peluang Turut Memberikan Sumbangan	Wawancara&Observasi	Penyempurna
10	Hadiah	Wawancara&Observasi	Penyempurna
11	Jaminan Kehalalan Produk	Wawancara&Observasi	Pokok
12	Promo Produk	Wawancara&Observasi	Penyempurna

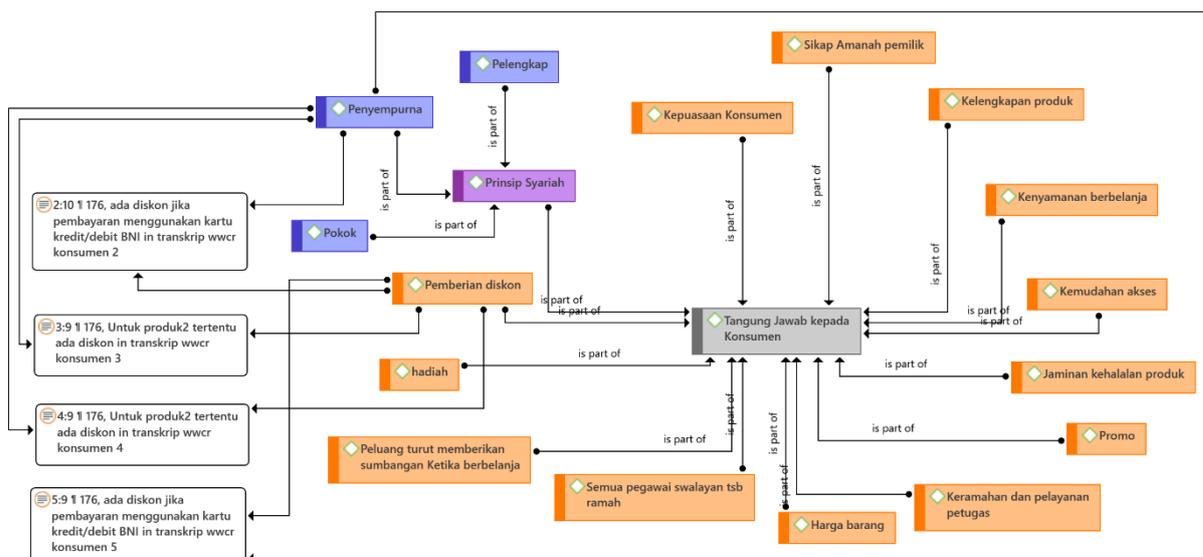
Sumber: Data diolah (2023)

Hasil wawancara yang sudah dilakukan oleh peneliti terhadap 5 orang konsumen terkait 12 aktivitas pertanggungjawaban sosial yang sudah dilakukan manajemen, semua konsumen mengatakan puas terhadap pelayanan atau tanggung jawab yang sudah dilakukan manajemen. Semua konsumen mengatakan bahwa harga produk yang dijual di swalayan tersebut murah. 3 orang konsumen menyatakan, "*Harga produk yang dijual di swalayan ini lebih murah dari toko lain, lebih-lebih jika dibandingkan dengan jaringan minimarket waralaba.*" konsumen juga memberi penilaian bahwa petugas pelayanan memberikan pelayanan yang ramah. informan

menilai bahwa sikap Amanah pemilik sangat bagus. Empat orang informan mengatakan, "Selama berbelanja di swalayan ini, belum pernah mengalami masalah yang membuat kami kecewa." Pernyataan konsumen tersebut mencerminkan bahwa pemilik toko memiliki keseriusan terkait dengan kejujuran/ Amanah dalam berdagang. Informan juga tidak meragukan tentang kehalalan produk yang di jual di swalayan tersebut. Peneliti juga melakukan observasi untuk mendukung pernyataan yang telah dibuat oleh para informan. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen sudah melakukan tanggung jawab pokoknya kepada konsumen dengan baik.

Informan juga memberikan pernyataan bahwa dalam berbelanja tidak mengalami hambatan dalam memilih dan melihat produk yang dijual di swalayan tersebut. Produk yang dijual juga lengkap. Lima (5) orang informan menyatakan puas berbelanja di swalayan tersebut. Peneliti juga melakukan observasi langsung ke swalayan tersebut serta membenarkan pernyataan semua informan. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen sudah melakukan tanggung jawab pelengkap kepada konsumen dengan baik.

Terkait dengan tanggung jawab penyempurna yang dilakukan oleh manajemen, informan menyatakan merasa nyaman berbelanja di swalayan tersebut. Informan juga menyatakan bahwa ada hadiah yang sifarnya di undi untuk jangka waktu tertentu dalam berbelanja di swalayan tersebut. Konsumen diberi kupon yang pada saatnya kupon tersebut di undi untuk menentukan konsumen yang berhak mendapat hadiah tersebut. Pihak swalayan juga memberikan partisipasi sukarela kepada konsumen untuk ikut beramal dengan memberikan donasi ke lazismu Muhammadiyah. Selain promo produk, manajemen swalayan juga memberikan diskon kepada konsumen. Terkait dengan diskon, ada dua (2) orang informan mengatakan bahwa ada pemberian diskon khusus dari pihak swalayan jika pembayaran belanja dengan menggunakan kartu kredit/ debit BNI (gambar 3). Terkait diskon khusus untuk konsumen yang membayar dengan kartu kredit/ debit BNI akan peneliti bahas pada pembahasan hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip syariah yang ditemui oleh peneliti dalam penelitian ini. Peneliti juga sudah melakukan observasi langsung ke swalayan tersebut terkait dengan semua pernyataan yang sudah disampaikan oleh para informan. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen sudah melakukan tanggung jawab penyempurna kepada konsumen dengan baik.



Gambar 3. Pertanggungjawaban sosial manajemen kepada Konsumen

2. Pertanggungjawaban Sosial kepada Karyawan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada dua belas aktivitas pertanggungjawaban manajemen yang telah dilakukan oleh manajemen swalayan kepada karyawan. Tabel 2 dan gambar 4 menunjukkan secara ringkas keduabelas aktivitas pertanggungjawaban manajemen kepada karyawan, sumber data yang digunakan serta prinsip syariah yang digunakan aktivitas pertanggungjawaban tersebut.

Tabel 2. Aktivitas Pertanggungjawaban Sosial kepada Karyawan, Sumber Data &Prinsip Syariah

No	Aktivitas pertanggungjawaban	Sumber Data	Prinsip Syariah
1	Gaji yang Layak	Wawancara	Pokok
2	Kepuasan karyawan	Wawancara	Pelengkap
3	Fasilitas Ibadah	Wawancara&Observasi	Pokok
4	Bantuan Biaya Sekolah Anak	Wawancara	Pokok
5	Jaminan Kesehatan	Wawancara	Pokok
6	Liburan Gratis	Wawancara	Penyempurna
7	Pemberian Emas	Wawancara	Penyempurna
8	Suasana Kekeluargaan	Wawancara&Observasi	Pelengkap
9	Santunan Hari Tua	Wawancara	Pelengkap
10	Tempat Kerja yang Nyaman	Wawancara&Observasi	Pelengkap
11	Fasilitas Cuti	Wawancara	Pelengkap
12	Fasilitas Umroh	Wawancara	Penyempurna

Sumber: Data diolah (2023)

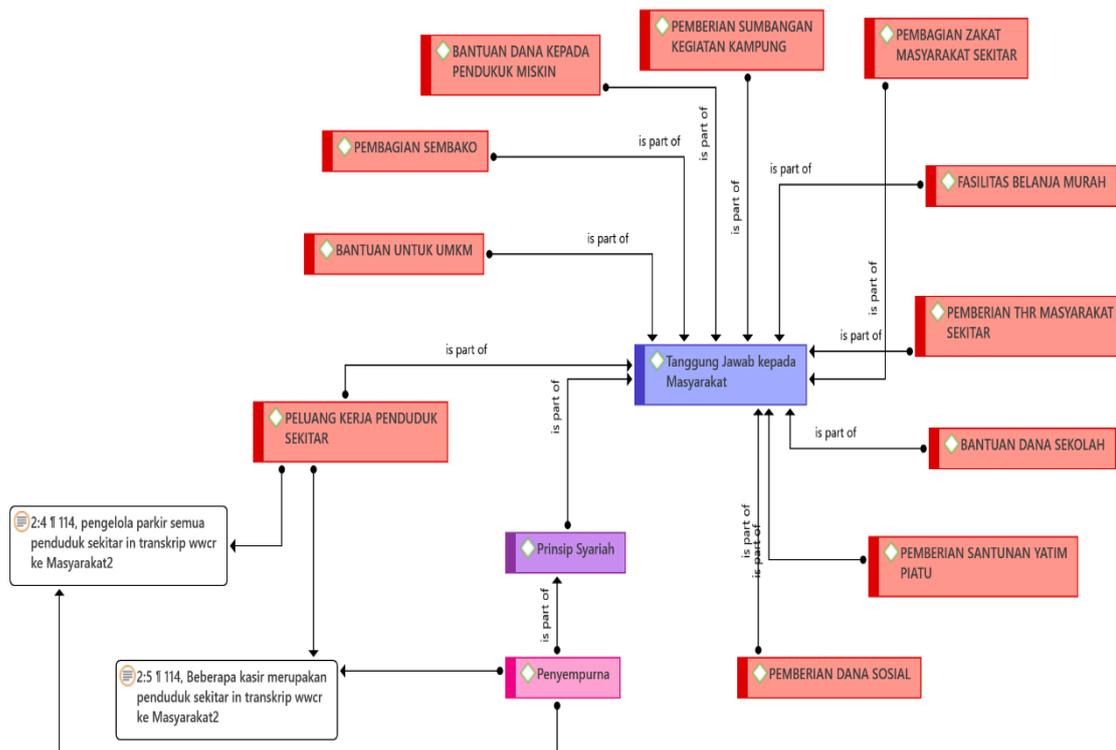
Hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan kepada informan, semua informan sudah mendapat kan gaji yang layak sesuai dengan UMK kabupaten Bantul. Selain gaji pokok, karyawan juga mendapatkan uang transport serta bonus jika kinerjanya sesuai dengan target. Empat (4) orang karyawan menyatakan hal yang sama, *"alhamdulillah, gaji lumayan, UMR mas, ditambah uang transport dan bonus"*. Fasilitas ibadah yaitu mushola yang bagus juga disediakan oleh manajemen. Karyawan juga mendapatkan jaminan kesehatan berupa asuransi BPJS. Salah satu informan menyatakan, *"Jika diminta, kita tidak mau untuk sakit. Tetapi jikalau kita ditakdirkan sakit, setidaknya kita bisa tentram karena punya BPJS yang sudah dibayari Perusahaan."* Untuk bantuan bantuan biaya sekolah anak, semua informan menyatakan tidak mendapatnya dari manajemen Perusahaan (gambar 4). Hasil wawancara dengan informan, satu aktivitas yang belum ditunaikan oleh manajemen terkait bantuan biaya sekolah anak. Namun demikian, masih dapat disimpulkan jika manajemen sudah melakukan tanggung jawab pokok kepada karyawan dengan baik.

7	Pembagian Zakat bagi Masyarakat	Wawancara	Penyempurna
8	Bantuan Dana ke Sekolah	Wawancara	Penyempurna
9	Bantuan Dana ke Masyarakat Miskin	Wawancara	Penyempurna
10	Bantuan Dana untuk UMKM	Wawancara	Penyempurna
11	Pemberian Santunan Yatim Piatu	Wawancara	Penyempurna

Sumber: Data Diolah (2023)

Pertanggungjawaban manajemen kepada masyarakat merupakan kewajiban pemenuhan kebutuhan yang sifatnya penyempurna. Pemenuhan kebutuhan penyempurna dipenuhi jika tingkatan pemenuhan kebutuhan sebelumnya sudah dipenuhi. Kebutuhan ini diabaikan tidak akan mengakibatkan sesuatu yang fatal atau menyulitkan kehidupan. Namun pemenuhan kebutuhan ini akan memberikan nilai tambah tersendiri. Gambar 5 menunjukkan hubungan pertanggungjawaban sosial kepada Masyarakat berdasar prinsip syariah.

Hasil wawancara dengan informan diperoleh data bahwa manajemen belum bisa memenuhi semua aktivitas pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat. Aktivitas pertanggungjawaban sosial yang sudah dilakukan oleh manajemen adalah pemberian sumbangan kegiatan kampung, fasilitas belanja murah, Pemberian dana sosial, pembagian sembako bagi Masyarakat sekitar, pemberian santunan yatim piatu serta peluang kerja penduduk sekitar.



Gambar 5. Pertanggungjawaban sosial manajemen kepada Masyarakat

Pertanggungjawaban Sosial kepada Lingkungan

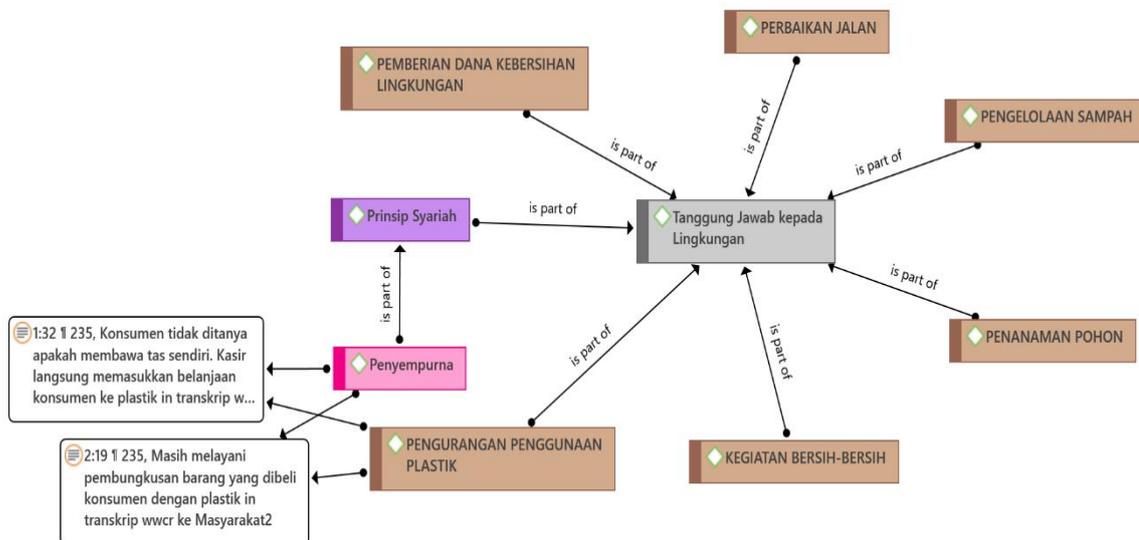
Pertanggungjawaban manajemen kepada lingkungan juga merupakan kewajiban pemenuhan kebutuhan yang sifatnya penyempurna. Tabel 4 menunjukkan aktivitas pertanggungjawaban sosial manajemen kepada lingkungan.

Tabel 4. Aktivitas Pertanggungjawaban Sosial kepada Lingkungan, Sumber Data & Prinsip Syariah

No	Aktivitas pertanggungjawaban	Sumber Data	Prinsip Syariah
1	Pelaksanaan Kegiatan Bersih-Bersih	Wawancara&Observasi	Penyempurna
2	Pengurangan Penggunaan Plastik	Wawancara&Observasi	Penyempurna
3	Pemberian Dana Kebersihan Lingkungan	Wawancara	Penyempurna
4	Penanaman Pohon	Wawancara&Observasi	Penyempurna
5	Pengelolaa Sampah	Wawancara	Penyempurna
6	Perbaikan Jalan	Wawancara	Penyempurna

Sumber: Data Diolah (2023)

Informan menyatakan bahwa manajemen sudah melakukan aktivitas pertanggungjawaban kepada lingkungan. Pelaksanaan kegiatan bersih-bersih, pemberian dana kebersihan lingkungan, pengelolaan sampah serta pemberian dana kebersihan lingkungan kepada lingkungan setempat. Salah satu informan yang merupakan pengurus RT setempat menyatakan, "Swalayan tersebut berperan aktif dengan memberi sumbangan rutin dana kebersihan. Lumayanlah bisa diandalkan sebagai donator tetap."



Gambar 6. Pertanggungjawaban sosial manajemen kepada Lingkungan

Disisi lain, manajemen juga belum perhatian terhadap penggunaan bahan pembungkus plastik. Dua orang informan terkait hal tersebut menyatakan, "konsumen tidak ditanya apakah membawa tas sendiri, kasir langsung memasukkan barang belanja konsumen ke tas plastik yang sudah disediakan pihak swalayan". Informan menyampaikan bahwa manajemen swalayan juga tidak melakukan penanaman pohon sebagai upaya partisipasi pelestarian lingkungan. aktivitas perbaikan jalan juga tidak pernah dilakukan oleh manajemen. Terkait hal ini, observasi yang dilakukan oleh peneliti menyimpulkan bahwa jalan di Bantul kota semuanya bagus. Di kampung tidak ada jalan yang rusak di lingkungan sekitar subyek penelitian. Hal tersebut bukan dikarenakan manajemen tidak melakukan aktivitas perbaikan jalan.

Pertanggungjawaban Sosial kepada Pemerintah

Terdapat tiga aktivitas pertanggungjawaban yang sudah dilakukan oleh manajemen swalayan tersebut kepada pemerintah. Tabel 5 dan gambar 7 menunjukkan secara ringkas ketiga aktivitas pertanggungjawaban manajemen kepada pemerintah, sumber data yang digunakan serta prinsip syariah yang digunakan aktivitas pertanggungjawaban tersebut.

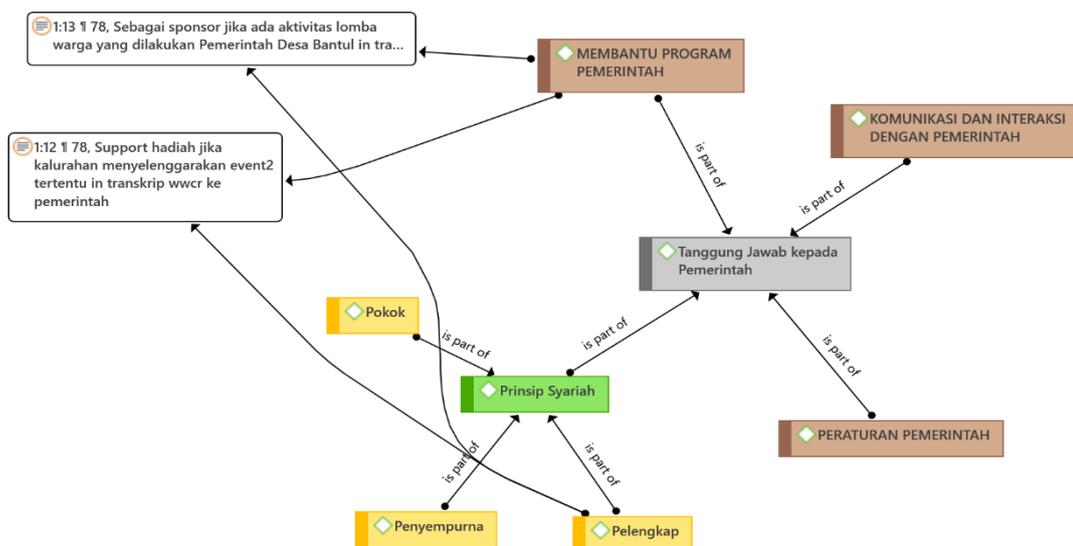
Tabel 5. Aktivitas Pertanggungjawaban Sosial kepada Pemerintah, Sumber Data & Prinsip Syariah

No	Aktivitas pertanggungjawaban	Sumber Data	Prinsip Syariah
1	Kepatuhan terhadap Peraturan Pemerintah	Wawancara	Pokok
2	Membantu Program Pemerintah	Wawancara	Pelengkap
3	Komunikasi dan Interaksi dengan Pemerintah	Wawancara	Penyempurna

Sumber: Data Diolah (2023)

Informan yang merupakan aparat Kalurahan Bantul menyatakan bahwa manajemen sudah melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial kepada pemerintah. Sebelum usaha beroperasi, Peraturan pemerintah seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), izin amdal, izin tata ruang semua harus dipenuhi terlebih dahulu. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajemen sudah melakukan tanggung jawab pokoknya kepada konsumen dengan baik.

Informan juga memberikan pernyataan bahwa manajemen swalayan selalu membantu program-program pemerintah kalurahan Bantul. Setiap pemerintah kalurahan Bantul mengadakan event-event seperti lomba tingkat kelurahan yang diikuti warga kalurahan Bantul, pihak manajemen memberi support dengan menyumbang hadiah untuk pemenang lomba tersebut. Informan tersebut menyatakan, "Swalayan tersebut selalu memberi support berupa hadiah jika kalurahan mengadakan event-event perlombaan yang diselenggarakan pihak kalurahan." Sumbangan hadiah untuk lomba warga tersebut mencerminkan manajemen sudah melakukan tanggung jawab pelengkap kepada pemerintah dengan baik.



Gambar 7. Pertanggungjawaban sosial manajemen kepada Pemerintah

Informan juga memberi pernyataan bahwa tidak ada komunikasi/ interaksi yang intens antara manajemen swalayan dengan pihak pemerintah kalurahan Bantul. Menurut informan, komunikasi antara keduanya sifatnya hanya seperlunya. Walau komunikasi kedua belah pihak

sifatnya hanya seperlunya, masih dapat dikatakan ada komunikasi yang baik yang dilakukan manajemen dengan pihak pemerintah. Dengan demikian dapat disimpulkan jika manajemen sudah melakukan tanggung jawab penyempurna kepada pemerintah dengan baik.

Temuan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah

Secara umum, manajemen sudah melakukan aktivitas pertanggungjawaban sosial sesuai dengan prinsip syariah Islam. Namun demikian, masih ada implementasi yang sudah dilakukan belum sesuai dengan prinsip syariah. Hasil wawancara dengan para informan dan observasi yang sudah dilakukan oleh peneliti memberikan bukti tentang belum laksanakannya secara kaffah aktivitas pertanggungjawaban sosial menurut prinsip syariah tersebut.

Gambar 3 menunjukkan bagaimana manajemen swalayan ini memberikan potongan harga untuk pelanggan yang menggunakan kartu kredit atau debit BNI saat berbelanja. Pada dasarnya, diskon tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Namun, jika diskon hanya berlaku untuk pelanggan yang menggunakan kartu kredit atau debit saat membeli barang, perbedaan antara harga asli dan diskon sudah dapat dianggap sebagai riba. Selain itu, kartu kredit/debit ini dikeluarkan oleh bank konvensional, yang secara jelas beroperasi berdasarkan riba.

Tingkat kepuasan para stakeholder terkait pertanggungjawaban yang sudah dilakukan oleh manajemen

Pada penelitian ini ada lima *stakeholder* yang dilibatkan, yaitu konsumen, karyawan, masyarakat, lingkungan dan pemerintah. Kepuasan masing-masing *stakeholder* terhadap pertanggungjawaban sosial yang sudah dilakukan manajemen swalayan akan dijelaskan sebagai berikut.

Informan yang berasal dari konsumen mengindikasikan bahwa mereka puas terhadap apa yang sudah dilakukan oleh manajemen swalayan. Diindikasikan dengan pernyataan mereka yang mengatakan harga produk yang dijual lebih murah dari tempat lain. tiga orang informan menyatakan, "*Harga produk yang dijual di swalayan ini lebih murah dari toko lain, lebih-lebih jika dibandingkan dengan jaringan minimarket waralaba,*" Empat orang juga informan menyatakan, "*Selama berbelanja di swalayan ini, belum pernah mengalami masalah yang membuat kami kecewa.*"

Informan yang berasal dari karyawan juga mengindikasikan puas terhadap apa yang sudah dilakukan oleh manajemen swalayan. Hal ini diindikasikan dengan pernyataan empat orang karyawan menyatakan hal yang sama, "*alhamdulillah, gaji lumayan, UMR mas, ditambah uang transport dan bonus*". Juga pernyataan informan terkait asuransi BPJS yang sudah dibayar oleh manajemen swalayan. Salah satu informan menyatakan, "*Jika diminta, kita tidak mau untuk sakit. Tetapi jikalau kita ditakdirkan sakit, setidaknya kita bisa tentram karena punya BPJS yang sudah dibayari Perusahaan.*"

Informan yang berasal dari masyarakat dan lingkungan juga mengindikasikan kepuasanannya terhadap apa yang sudah dilakukan oleh manajemen swalayan. Peluang kerja penduduk sekitar sebagai salah satu indikasinya. Pernyataan salah satu informan yang merupakan pengurus RT setempat menyatakan, "*Swalayan tersebut berperan aktif dengan memberi sumbangan rutin dana kebersihan. Lumayanlah bisa diandalkan sebagai donator tetap.*"

Informan dari pihak pemerintah juga merasa puas dengan peran manajemen. Ini diindikasikan dengan pernyataan informan tersebut yang menjabat sebagai aparat kalurahan Bantul. Informan tersebut menyatakan, "*Swalayan tersebut selalu memberi support berupa hadiah jika kalurahan mengadakan event-event perlombaan yang diselenggarakan pihak kalurahan.*"

Namun demikian, kepuasan para stakeholder tersebut belum sepenuhnya puas. Masih ada banyak keluhan dari para stakeholder seperti belum adanya keseriusan dari pihak manajemen

untuk mengurangi limbah plastik. Juga terkait permasalahan parkir mobil yang sudah dapat dipastikan jika tanggal-tanggal muda setiap bulan, parkir mobil sampai ke pinggir-pinggir jalan yang tentunya sangat mengganggu lalu lintas.

SIMPULAN

Menurut analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan, penelitian ini menemukan hal-hal berikut tentang implementasi pertanggungjawaban sosial menurut Islam di salah satu swalayan yang dimiliki oleh pengusaha muslim di kota Bantul. Manajemen swalayan telah memenuhi 8 dari 9 aktivitas pertanggungjawaban pokoknya kepada stakeholder. 1 aktivitas pertanggungjawaban pokok yang belum dipenuhi adalah bantuan biaya sekolah untuk anak karyawan. Manajemen swalayan telah memenuhi 8 dari 9 aktivitas pertanggungjawaban pelengkap. 1 aktivitas pertanggungjawaban pelengkap yang belum dipenuhi adalah santunan hari tua kepada karyawan. Manajemen swalayan juga telah memenuhi 19 dari 26 aktivitas pertanggungjawaban penyempurna. 7 aktivitas pertanggungjawaban penyempurna yang belum dipenuhi adalah pemberian emas kepada karyawan, fasilitas umroh kepada karyawan, bantuan dana ke sekolah, bantuan dana untuk UMKM, pengurangan penggunaan plastik, penanaman pohon dan perbaikan jalan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan 5 stakeholder, yaitu konsumen, karyawan, Masyarakat, lingkungan dan pemerintah. Sebenarnya masih ada stakeholder lain yang perlu untuk dilibatkan, yaitu pemasok, kompetitor, pemilik dan debitur. Dikarenakan keterbatasan akses, keempat stakeholder tersebut tidak dapat dilibatkan dalam penelitian ini. Peneliti memberikan saran kepada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan stakeholder yang belum dilibatkan dalam penelitian ini.

REFERENCES

- Abuznaid, S. A. (2009). Business ethics in Islam: the glaring gap in practice. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(4), 278–288. <https://doi.org/10.1108/17538390911006340>
- Ali, A. J. (1992). The islamic work ethic in arabia. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 126(5), 507–519. <https://doi.org/10.1080/00223980.1992.10543384>
- Al-Syatibi, A. I. I. bin M. al-lakhmi al-G. al-Maliki. (2004). *Al-Muwafakat fi Usuli al-Syari'ah*. Dar Al-Kotob Al-Ilmiyah.
- Bahta, D., Yun, J., Islam, M. R., & Bikanyi, K. J. (2021). How does CSR enhance the financial performance of SMEs? The mediating role of firm reputation. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 34(1), 1428–1451. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1828130>
- Boussema, S., & Belkacem, L. (2023). The role of Islamic ethics in shaping passion for social innovation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(5), 988–1003. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2021-0214>
- Brammer, S. J., Williams, G. A., & Zinkin, J. (2011). Religion and Attitudes to Corporate Social Responsibility in a Large Cross-Country Sample. *SSRN Electronic Journal*, December 2019. <https://doi.org/10.2139/ssrn.905182>
- Carson, D., Gilmore, A., Perry, C., & Grønhaug, K. (2001). *Qualitative Market Research*.

- Dusuki, A. W. (2008). What Does Islam Say About Corporate Social Responsibility (CSR)? *Review of Islamic Economics*, 12(1), 1–28.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shari`ah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45.
- Ensiklopedi Hukum Islam 4* (4th ed.). (2000). Ichtiar Baru van Hoeve.
- Graafland, J. (2017). Religiosity, Attitude, and the Demand for Socially Responsible Products. *Journal of Business Ethics*, 144(1), 121–138. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2796-9>
- Graafland, J., Kaptein, M., & Van Der Duijn Schouten, C. M. (2007). Conceptions of God, normative convictions, and socially responsible business conduct: An explorative study among executives. *Business and Society*, 46(3), 331–368. <https://doi.org/10.1177/0007650306296085>
- Hasan, Z. (2020). 4 TH INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT PROCEEDINGS The Mechanism of Managing Zakat Funds in Islamic Banking as Implementation of Corporate Social Responsibility (CSR): Case Study at Bank Syariah Mandiri. *4TH The International Conference of Zakat*, 385–395.
- Hassan, S. A., Abdul Rashid, R., & Mohd Zakuan, Z. Z. (2022). THE PRESERVATION OF PROPERTY IN MAQASID AL-SYARIAH: WITH SPECIAL REFERENCE TO THE APPOINTMENT AND DUTIES OF WASI IN ESTATE ADMINISTRATION. *International Journal of Law, Government and Communication*, 7(29), 318–328. <https://doi.org/10.35631/ijlgc.729022>
- Helfaya, A., & Easa, N. F. (2022). Islamic Religiosity and CSR Attitudes—The Case of Egyptian Managers. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18). <https://doi.org/10.3390/su141811255>
- Juliana, J., Faathir, M., & Sulthan, M. A. (2019). Implementasi Etika Bisnis Islam Pelaku Usaha Mikro: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Syariah Puspa Bank Indonesia Wilayah Jawa Barat Di Bandung Tahun 2017. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 19(1), 36–43.
- Kamali, M. H. (2010). Environmental Care in Islam: A Qur`anic Perspective. *The Environment In Islam*, September, 2–31.
- Khurshid, M. A., Al-Aali, A., Soliman, A. A., & Amin, S. M. (2014). Developing an Islamic corporate social responsibility model (ICSR). *Competitiveness Review*, 24(4), 258–274. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2013-0004>
- Machmud, A., & Hidayat, Y. M. (2020). Characteristics of Islamic entrepreneurship and the business success of SMEs in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 23(2), 1–16.
- Matsum, H. (2023). Fatwas of the Indonesian Ulama Council (MUI) on National Strategic Issues 2006-2018 in the Perspective of Maqashid al-Syariah. *Al-Ulum*, 23(1), 153–174. <https://doi.org/10.30603/au.v23i1.3646>
- Miles, M., Huberman, M., & Saldaña, J. (2013). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. In *Zeitschrift fur Personalforschung* (Vol. 28).
- Nadia Nuril Ferdaus. (2023). Zakat Utilizing in Poverty Alleviation (Case Study: Dompot Dhuafa Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10(5), 455–466. <https://doi.org/10.20473/vol10iss20235pp455-466>
- Nazjmi, W., Fisol, M., & Said, R. (2018). *Maqasid Shariah in Corporate Social Responsibility of Shari`ah Compliant Companies*. <https://www.researchgate.net/publication/327603391>

- Qur'an. (2007). The Qur ' an A Complete Revelation. In *Coexistence* (Issue August).
- Raza, M., Khalique, M., Khalid, R., Kasuma, J., Ali, W., & Selem, K. M. (2023). Achieving SMEs' excellence: scale development of Islamic entrepreneurship from business and spiritual perspectives. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2023-0060>
- Rinaldi, F., Maarif, S., Thamrin, S., & Supriyadi, A. A. (2022). Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Supporting National Defense from Economic Perspective. In *Journal of Positive School Psychology* (Vol. 2022, Issue 5). <http://journalppw.com>
- Silaen, P., & Tulig, S. (2023). Silaen & Tulig: The Role of Accounting in Managing MSMEs 113. In *AABFJ* (Vol. 17, Issue 2).
- Wardiwyono, S. (2013). Towards sustainable success through corporate social responsibility disclosure: an Islamic approach. *International Journal of Green Economics*, 7(1), 86–101. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2013.055387>
- Wardiwyono, S. (2022). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya*.
- Yazis Ali Basah, M., & Md Yusuf, M. (2013). *EJBM-Special Issue: Islamic Management and Business Islamic Bank and Corporate Social Responsibility (CSR)* (Vol. 5, Issue 11). CRIMB. www.iiste.orghttp://www.crimbbd.org
- Yuniarto, A. S., & Herwiyanti, E. (2023). ANALYSIS OF THE TREND, AUTHOR, AND SOURCE OF ISLAMIC CSR IN THE SCOPUS DATABASE. *International Students Conference on Accounting and Business*.
- Yusdiansyah, E., Iskandar, R. K., & Hendar, J. (2023). Maqashid Syariah as a Basis for Establishing Decree in Indonesia. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14267>