

Etika Bisnis dalam Islam “*Analisis perbandingan antara prinsip etika bisnis Islam dan konsep (Corporate Social Responsibility)*”

Khaerul Khaerul

Fakultas Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

Corresponding Email: khaerulmakuring93@gmail.com

ABSTRACT

This study discusses business ethics from an Islamic perspective as a strong foundation for building sustainable and responsible management. By conducting a comparative analysis between the principles of Islamic business ethics and the concept of Corporate Social Responsibility (CSR), the study demonstrates that Islamic values offer a holistic framework encompassing spiritual, social, and environmental dimensions. The research employs a literature review method with a qualitative-descriptive approach. The analysis reveals that Islamic business ethics not only promote individual ethical behavior but also advocate for a management system that is accountable to society and the broader natural environment.

Keywords: Islamic Business Ethics, CSR, Sustainable Management, Social Responsibility, Islamic Values

I. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan kapitalisme modern, perusahaan sering kali terjebak dalam mengejar keuntungan semata tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan. Corporate Social Responsibility (CSR) muncul sebagai respon untuk mengatasi tantangan ini. Namun, CSR sering kali masih bersifat simbolis dan kurang menyentuh aspek spiritual serta kesadaran moral yang lebih mendalam. Di sisi lain, Islam sebagai sistem hidup menyeluruh menawarkan konsep etika bisnis yang tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan sesama, tetapi juga dengan Tuhan dan lingkungan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji kontribusi etika bisnis Islam dalam mendukung manajemen yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Dalam era globalisasi dan modernisasi ekonomi, dunia usaha tidak lagi hanya dituntut untuk mengejar keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan etika dalam setiap aktivitas bisnisnya. Konsep Corporate Social Responsibility (CSR) pun lahir sebagai bentuk komitmen perusahaan terhadap keseimbangan antara kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR menjadi standar etika dalam praktik bisnis kontemporer yang diakui secara internasional, meskipun pelaksanaannya seringkali bergantung pada kepentingan dan strategi perusahaan.

Di sisi lain, Islam sebagai agama yang menyeluruh telah sejak awal menekankan pentingnya etika dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Etika bisnis dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan hubungan sesama manusia, tetapi juga merupakan perwujudan dari tanggung jawab seorang Muslim kepada Allah SWT. Prinsip-prinsip seperti kejujuran (shidq), keadilan (‘adl), amanah, dan larangan terhadap penipuan atau eksploitasi menjadi dasar perilaku bisnis yang islami. Dengan demikian, etika bisnis Islam bukanlah sesuatu yang opsional, melainkan bagian dari implementasi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dusuki & Abdullah (2007) menunjukkan bahwa prinsip-prinsip maqashid syariah memiliki keterkaitan erat dengan tujuan CSR, yaitu menciptakan kemaslahatan bagi seluruh stakeholder. Selain itu, studi oleh Beekun (1996) juga menekankan bahwa integritas pribadi dan tanggung jawab sosial dalam Islam dapat dijadikan sebagai dasar bagi praktik bisnis yang etis dan berkelanjutan.

Dengan menggabungkan nilai-nilai spiritual dan prinsip manajerial kontemporer, pendekatan Islam terhadap etika bisnis mampu memberikan alternatif yang lebih komprehensif dalam menghadapi krisis moral dan lingkungan yang dihadapi oleh dunia usaha modern saat ini.

II. Tinjauan Teori

1. Etika Bisnis dalam Islam

Etika bisnis Islam merupakan seperangkat prinsip moral yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Sunnah. Beberapa nilai utama dalam etika bisnis Islam meliputi:

- a. **Shidq (Kejujuran):** Dalam setiap transaksi, Islam menekankan pentingnya kejujuran agar tercipta kepercayaan antara para pelaku usaha. Rasulullah SAW bersabda, "*Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada di hari kiamat.*" (HR. Tirmidzi).
- b. **'Adl (Keadilan):** Keadilan menjadi dasar dalam perlakuan terhadap pelanggan, mitra bisnis, dan karyawan. Islam melarang praktik zalim dan mendorong distribusi keuntungan yang proporsional. Keadilan adalah prinsip mendasar dalam semua aspek kehidupan Islam, termasuk dalam bisnis. Praktik bisnis harus dilakukan tanpa penindasan, penipuan, atau eksploitasi.
"*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan...*" (QS. An-Nahl: 90)
- c. **Amanah (Kepercayaan):** Amanah mencakup tanggung jawab moral dalam menjalankan bisnis. Pelaku bisnis wajib menjaga kepercayaan yang diberikan pelanggan dan mitra. Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai pedagang yang jujur dan amanah. Dalam bisnis, kejujuran dan tanggung jawab mutlak diperlukan agar tercipta kepercayaan antara pihak-pihak yang bertransaksi.
"*Pedagang yang jujur dan amanah akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada.*" (HR. Tirmidzi, no. 1209)
- d. **Larangan Riba dan Gharar:** Islam melarang praktik riba (bunga) dan gharar (ketidakjelasan) karena dapat merugikan salah satu pihak dan menyebabkan ketidakadilan. Etika bisnis Islam melarang praktik-praktik yang merugikan salah satu pihak atau mengandung unsur ketidakpastian dan spekulasi yang berlebihan.
"*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*" (QS. Al-Baqarah: 275)
- e. **Tanggung Jawab Sosial:** Islam mengajarkan kepedulian terhadap kaum dhuafa melalui zakat, infak, dan sedekah. Praktik bisnis tidak boleh hanya mementingkan akumulasi kekayaan, tetapi juga kesejahteraan masyarakat.
- f. **Tidak Melakukan Penipuan:** Islam melarang keras kecurangan dalam takaran, timbangan, dan informasi produk.
- g. **Maqashid Syariah:** Tujuan utama dari etika bisnis dalam Islam adalah menjaga lima aspek utama: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.
- h. **Maslahah (Kemaslahatan Umum)**

Tujuan dari kegiatan bisnis adalah untuk menciptakan manfaat bagi masyarakat luas. Bisnis yang dijalankan tidak boleh menimbulkan kerusakan lingkungan, merugikan orang lain, atau hanya menguntungkan segelintir pihak.

"*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.*" (QS. Al-Ma'idah: 2).

Dengan prinsip-prinsip tersebut, etika bisnis Islam mendorong terciptanya lingkungan usaha yang adil, transparan, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.

2. Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR adalah konsep yang mengajak perusahaan untuk mengambil tanggung jawab atas dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari aktivitas mereka. CSR mencakup aspek seperti kepatuhan hukum, etika bisnis, filantropi, dan keterlibatan masyarakat. Dalam praktik modern, CSR menjadi alat strategis untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan loyalitas konsumen.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk menciptakan keuntungan (profit), tetapi juga untuk memperhatikan dampak sosial (people) dan lingkungan (planet) dari aktivitas

mereka—sering dikenal sebagai prinsip *triple bottom line*. CSR menekankan perlunya integritas dalam operasi bisnis, termasuk perlakuan yang adil terhadap karyawan, kepedulian terhadap komunitas, perlindungan terhadap lingkungan, serta keterbukaan kepada pemangku kepentingan.

CSR juga dapat bersifat reaktif (mengurangi dampak negatif), proaktif (memberikan manfaat sosial yang terencana), atau strategis (menjadi bagian dari keunggulan kompetitif perusahaan)

Corporate Social Responsibility (CSR) merujuk pada komitmen perusahaan untuk beroperasi secara etis, dengan memperhatikan kesejahteraan sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam jangka panjang. CSR tidak hanya mencakup kewajiban hukum, tetapi juga nilai-nilai moral yang menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap berbagai pemangku kepentingan, termasuk masyarakat, konsumen, karyawan, dan lingkungan. CSR dapat didefinisikan sebagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengelola dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas mereka, serta memastikan bahwa bisnis yang dijalankan memberi manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat.

Prinsip-prinsip CSR berfokus pada keberlanjutan dan keseimbangan dalam tiga pilar utama, yang sering disebut sebagai Triple Bottom Line:

- a. Profit (Keuntungan): Perusahaan harus tetap menghasilkan keuntungan finansial yang berkelanjutan tanpa mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
- b. People (Manusia): Mengutamakan kesejahteraan karyawan dan pemangku kepentingan lain, termasuk memberikan hak yang adil bagi pekerja dan berpartisipasi dalam pengembangan masyarakat.
- c. Planet (Lingkungan): Perusahaan wajib menjaga kelestarian lingkungan dengan mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem, menggunakan sumber daya secara efisien, dan berkontribusi pada keberlanjutan planet bumi.

Elemen-elemen CSR sering kali melibatkan:

- a. Kepatuhan terhadap peraturan dan hukum: Perusahaan yang menjalankan CSR harus mematuhi hukum yang berlaku di wilayah mereka beroperasi, termasuk regulasi terkait hak asasi manusia, perlindungan konsumen, serta perlindungan lingkungan.
- b. Praktik bisnis yang adil dan transparan: Perusahaan diharapkan menjalankan aktivitas bisnis dengan integritas, menghindari kecurangan, serta mengedepankan transparansi dalam semua laporan dan pengambilan keputusan.
- c. Keberlanjutan lingkungan: Melibatkan upaya untuk mengurangi limbah, emisi karbon, dan dampak lainnya pada lingkungan, serta berinvestasi dalam teknologi yang lebih ramah lingkungan.
- d. Keterlibatan sosial: Mengembangkan program filantropi dan inisiatif yang membantu masyarakat dan melibatkan karyawan dalam kegiatan sosial, seperti program pemberdayaan masyarakat, bantuan kemanusiaan, serta pendidikan dan pelatihan.
- e. Pelaporan keberlanjutan (sustainability reporting): Perusahaan yang menjalankan CSR akan melaporkan aktivitas-aktivitas mereka terkait keberlanjutan sosial dan lingkungan dalam bentuk laporan tahunan yang transparan, memberikan informasi kepada para pemangku kepentingan mengenai dampak dan pencapaian mereka.

CSR sebagai Strategi Bisnis

Seiring berkembangnya tren bisnis yang berorientasi pada tanggung jawab sosial, CSR semakin dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan memperkuat loyalitas konsumen. Banyak perusahaan besar yang mengintegrasikan CSR ke dalam model bisnis mereka, tidak hanya untuk meningkatkan citra, tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat dan konsumen. Di sisi lain, CSR juga memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mengurangi risiko hukum dan memperoleh akses ke pasar baru.

CSR lebih dari sekadar kegiatan filantropi atau pengumpulan dana, tetapi menjadi bagian dari tata kelola perusahaan yang bertanggung jawab, di mana keberlanjutan dan manfaat jangka panjang lebih diutamakan daripada sekadar pencapaian keuntungan sesaat. Dalam beberapa kasus, perusahaan dengan inisiatif CSR yang kuat dapat memperoleh keuntungan dalam bentuk peningkatan pasar, pengurangan biaya melalui pengelolaan sumber daya yang lebih efisien, dan penguatan hubungan dengan karyawan serta konsumen.

III. Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Sumber data diperoleh dari literatur klasik dan kontemporer mengenai etika bisnis Islam serta dokumen dan studi akademik terkait CSR. Analisis dilakukan dengan pendekatan perbandingan tematik.

IV. Hasil

Hasil penelitian menunjukkan adanya keselarasan antara prinsip-prinsip etika bisnis dalam Islam dengan konsep Corporate Social Responsibility (CSR), meskipun keduanya memiliki dasar filosofis yang berbeda. Konsep etika bisnis Islam bersumber dari ajaran Al-Qur'an dan Hadis yang secara eksplisit menuntun umat muslim dalam menjalankan aktivitas ekonomi yang berkeadilan, jujur, dan berorientasi pada kemaslahatan umum. Dalam konteks ini, prinsip-prinsip tauhid, keadilan ('adl), amanah, dan masalah menjadi landasan moral utama yang membentuk perilaku bisnis yang bertanggung jawab serta beretika.

Prinsip tauhid menegaskan bahwa seluruh aktivitas ekonomi manusia merupakan wujud pengabdian kepada Tuhan, sehingga setiap keputusan bisnis harus sejalan dengan nilai-nilai keesaan dan keadilan Ilahi. Prinsip keadilan ('adl) mengharuskan pelaku bisnis memperlakukan semua pihak secara proporsional, baik terhadap karyawan, konsumen, maupun lingkungan. Sedangkan prinsip amanah menuntut adanya kejujuran serta tanggung jawab dalam menjalankan kegiatan usaha agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Sementara itu, prinsip masalah mengarahkan aktivitas ekonomi menuju manfaat yang lebih luas bagi masyarakat secara keseluruhan.

Dalam praktiknya, etika bisnis Islam tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan material, tetapi juga menekankan pentingnya keberkahan dan keseimbangan hidup. Keuntungan yang diperoleh tidak boleh mengorbankan kepentingan sosial, moral, atau lingkungan. Seorang pengusaha muslim didorong untuk memastikan bahwa kegiatan usahanya memberikan manfaat bagi masyarakat, menjaga kelestarian alam, dan menghindari praktik yang merugikan pihak lain. Dengan demikian, tujuan bisnis dalam Islam mencakup dimensi spiritual yang menjangkau hubungan manusia dengan Tuhan, sesama, dan alam.

Sementara itu, konsep CSR dalam kerangka bisnis modern berkembang sebagai respon terhadap tuntutan masyarakat yang menginginkan perusahaan lebih peduli terhadap isu sosial dan lingkungan. CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan melalui kegiatan sosial, program pemberdayaan, dan upaya pelestarian lingkungan. Namun, dalam praktik korporasi modern, CSR sering kali dijalankan sebagai strategi bisnis yang berorientasi pada reputasi atau keuntungan jangka panjang. Hal ini membuat tanggung jawab sosial terkadang lebih bersifat pragmatis daripada moral.

Dalam perbandingan antara keduanya, terlihat bahwa etika bisnis Islam memiliki cakupan yang lebih luas dan mendalam. Dimensi spiritual dan akhlak dalam Islam menjadikan tanggung jawab sosial bukan sekadar kewajiban formal di dunia bisnis, tetapi juga sebagai bentuk pertanggungjawaban di hadapan Tuhan. Kesadaran spiritual tersebut menciptakan motivasi intrinsik dalam diri pelaku bisnis untuk berbuat baik tanpa pamrih, berbeda dengan CSR yang biasanya didorong oleh kepentingan strategis perusahaan. Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai etika Islam dapat memperkuat praktik CSR agar tidak berhenti pada aspek simbolik, tetapi benar-benar mencerminkan komitmen moral dan kemanusiaan yang sejati.

Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan praktik bisnis yang berkelanjutan dan berkeadilan di Indonesia, terutama dalam konteks mayoritas masyarakat yang memeluk agama Islam. Integrasi prinsip-prinsip etika bisnis Islam ke dalam kebijakan dan pelaksanaan CSR di perusahaan dapat memperkuat fondasi moral dan spiritual korporasi, sehingga mendorong terbentuknya lingkungan usaha yang tidak sekadar memenuhi tuntutan eksternal, tetapi juga dilandasi keinginan tulus untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat. Dengan demikian, penerapan konsep CSR yang bernuansa etika Islam tidak hanya akan memperkokoh reputasi perusahaan, tetapi juga menghadirkan nilai tambah berupa keberkahan dan legitimasi sosial di mata publik. Implikasi ini membuka peluang bagi dunia usaha untuk membangun model bisnis yang lebih inklusif dan bertanggung jawab, sekaligus mendorong terciptanya tata kelola perusahaan yang selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan dan keagamaan yang luhur.

V. Pembahasan

Tujuan utama etika bisnis Islam terletak pada pengakuan terhadap tauhid atau keesaan Tuhan sebagai fondasi segala aktivitas ekonomi. Prinsip ini menegaskan bahwa setiap keputusan dan tindakan dalam bidang bisnis dipertanggungjawabkan bukan hanya di hadapan manusia, melainkan juga kepada Allah SWT. Dengan demikian, pelaku usaha muslim senantiasa diarahkan untuk menjalankan bisnis yang tidak sekadar mengejar profit, tetapi lebih pada memperoleh keberkahan dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat.

Sebaliknya, konsep Corporate Social Responsibility (CSR) dalam kerangka bisnis modern lebih sering menempatkan kepuasan stakeholder sebagai tujuan utama. Reputasi perusahaan dan penerimaan masyarakat menjadi landasan dalam implementasi kebijakan CSR. Oleh sebab itu, motivasi pelaku bisnis dalam menerapkan CSR bisa berlandaskan kepentingan strategis atau tuntutan pasar, sehingga sifatnya cenderung pragmatis jika dibandingkan dengan etika bisnis Islam yang lebih transendental dan konsisten sepanjang waktu.

Dalam etika bisnis Islam, tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap lingkungan merupakan perintah moral sekaligus spiritual. Islam sangat menekankan pentingnya membantu fakir miskin, anak yatim, dan mereka yang membutuhkan sebagai bagian dari ibadah sosial. Konsep zakat, wakaf, dan sedekah menjadi instrumen nyata yang membumi dalam kehidupan umat muslim, serta larangan eksploitasi alam menandai komitmen kuat terhadap keberlanjutan.

Komitmen terhadap pelestarian lingkungan juga tidak hanya didorong oleh kebutuhan jangka pendek, tetapi sebagai perwujudan amanah dari Allah untuk menjaga bumi. Sementara itu, dalam konsep CSR, tanggung jawab sosial dan lingkungan pada umumnya bersifat sukarela, yang implementasinya sangat bergantung pada kebijakan serta strategi masing-masing perusahaan. Aspek ini menunjukkan adanya perbedaan mendasar mengenai cara pandang dan pendekatan dasar antara Islam dan konsep CSR modern.

Secara khusus, kejujuran menduduki posisi sentral dalam etika bisnis Islam. Setiap pelaku usaha dilarang keras melakukan praktik-praktik curang seperti menyembunyikan cacat produk atau memanipulasi harga demi keuntungan sesaat. Transparansi dalam transaksi bisnis menjadi bentuk pengabdian yang bernilai ibadah, sehingga tidak hanya bersifat instrumental atau sekadar memenuhi aturan formal, melainkan menjadi bagian dari integritas dan keimanan.

Prinsip kejujuran juga menjadi salah satu pilar dalam pelaksanaan CSR, di mana perusahaan diharapkan menjalankan praktik usaha yang terbuka dan transparan terhadap seluruh pemangku kepentingan. Namun demikian, motivasi kejujuran dalam CSR seringkali bersifat instrumental, yaitu sebagai sarana memperkuat legitimasi dan reputasi korporasi di mata publik. Sementara dalam Islam, kejujuran adalah ibadah yang memiliki dimensi ukhrawi.

Keadilan merupakan aspek penting yang dijunjung tinggi dalam etika bisnis Islam. Setiap pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan upah yang layak, tidak menunda pembayaran gaji, serta tidak mengeksploitasi tenaga kerja. Pandangan ini selaras dengan nilai-nilai hak asasi

manusia yang juga menjadi perhatian utama dalam konsep CSR. Dalam Islam, pelanggaran terhadap prinsip keadilan memiliki implikasi moral, sosial, dan spiritual yang berat.

Larangan eksploitasi baik terhadap manusia maupun alam mengukuhkan orientasi etika bisnis Islam pada kemaslahatan bersama. Kesejahteraan karyawan dan penghormatan terhadap hak-hak mereka merupakan bentuk konkret dari implementasi nilai-nilai keadilan dalam praktik bisnis sehari-hari. Begitu pula dalam CSR, aspek perlindungan hak tenaga kerja menjadi bagian tak terpisahkan dari tanggung jawab perusahaan yang berorientasi pada pembangunan berkelanjutan.

Amanah dan akuntabilitas menjadi dua prinsip utama yang menghubungkan kepercayaan masyarakat dan integritas pengelola usaha. Dalam Islam, amanah menekankan pada perlunya menjaga dan mengelola aset perusahaan secara benar dan bertanggung jawab. Akuntabilitas dalam CSR juga menuntut keterbukaan dan pertanggungjawaban perusahaan terhadap semua aktivitas operasionalnya, sehingga tata kelola perusahaan dapat berjalan secara transparan dan berkelanjutan.

Integrasi nilai-nilai Islam dalam manajemen organisasi dapat membawa dampak signifikan dalam mendukung upaya keberlanjutan dan kepedulian sosial perusahaan. Melalui pengelolaan sumber daya yang berlandaskan tanggung jawab moral, pengambilan keputusan bisnis yang memperhatikan dampak jangka panjang, dan pembentukan budaya organisasi yang mengedepankan integritas serta spiritualitas, perusahaan dapat mewujudkan model bisnis yang harmonis, berkelanjutan, dan sejalan dengan prinsip-prinsip etika agama maupun modernitas.

VI. Kesimpulan

Etika bisnis dalam Islam menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk membangun manajemen yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Dibandingkan dengan CSR, nilai-nilai Islam menawarkan dimensi spiritual dan ketundukan kepada Tuhan yang menjadi penguat dalam implementasi etika bisnis secara konsisten. Oleh karena itu, integrasi prinsip etika bisnis Islam dalam manajemen modern sangat relevan untuk menjawab tantangan dunia usaha masa kini yang kompleks.

Referensi

Al-Qur'anul Karim

Hadits Shahih Bukhari dan Muslim

Ali, A. J. 2005. *Islamic Perspectives on Management and Organization*. Cheltenham: Edward Elgar.

Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Beekun, Rafik Issa. 1997. *Islamic Business Ethics*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought (IIIT).

Carroll, A.B., & Shabana, K.M. 2010. *The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice*. International Journal of Management Reviews.

Chapra, M. Umer. 2000. *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. Leicester: The Islamic Foundation.

Chapra, M.U. 1992. *Islam and the Economic Challenge*. Islamic Foundation.

Dusuki, A.W., & Abdullah, N.I. 2007. *Maqasid al-Shariah, Maslahah, and Corporate Social Responsibility*. The American Journal of Islamic Social Sciences.

Dusuki, Asyraf Wajdi. 2008. *What Does Islam Say About Corporate Social Responsibility (CSR)?* Review of Islamic Economics.

Rahman, A.A. 2013. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Kencana.